

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI
TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA (STUDI
PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR
KAMPUS UNDIP PLEBURAN)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada
Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

AZIZAH PRATIWI

NIM. C2A006030

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2010

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Azizah Pratiwi
Nomor Induk Mahasiswa : C2A 006 030
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PEMILIHAN
LOKASI TERHADAP KESUKSESAN
USAHA JASA (STUDI PADA USAHA
JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR
KAMPUS UNDIP PLEBURAN)**

Dosen Pembimbing : Drs. H. Mustafa Kamal, MM

Semarang, 27 Juli 2010

Dosen Pembimbing,

(Drs. H. Mustafa Kamal, MM)

NIP. 19510331 197802 1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Azizah Pratiwi

Nomor Induk Mahasiswa : C2A 006 030

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Judul Skripsi : **ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI
TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA
(STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL
DI SEKITAR KAMPUS UNDIP PLEBURAN)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 5 Agustus 2010

Tim Penguji

1. Drs. H. Mustafa Kamal, MM (.....)
2. Dra. Retno Hidayati, MM (.....)
3. Imroatul Khasanah, SE, MM (.....)

Pernyataan Orisinalitas Skripsi

Dengan ini saya Azizah Pratiwi menyatakan bahwa karya ilmiah atau skripsi dengan judul: ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR KAMPUS UNDIP PLEBURAN), adalah asli karya saya sendiri dan belum pernah diajukan sebagai pemenuhan persyaratan untuk memperoleh gelar kesarjanaan Strata satu (S1) dari Universitas Diponegoro atau dari Universitas lain. Semua informasi yang dimuat dalam skripsi ini yang berasal dari karya orang lain baik yang dipublikasikan maupun yang tidak telah diberikan penghargaan dengan mengutip nama sumber secara benar dan semua isi dari karya ilmiah atau skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Semarang, 27 Juli 2010

Azizah Pratiwi

NIM C2A 006 030

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of the choice of location for business success on a small micro-business services around campus Undip Pleburan. Based on the literature, there are many factors that influence the choice of business location. However, location decisions are often depends on the type of business, retail business and professional services, the strategy used to focus on maximizing revenue. The main reason of differences in the choice of location is the discrepancy between the needs of each business. A good location is an individual matter when stated simply, "everything depends" on the needs of each business.

This study used data obtained directly from the field, namely by direct observation, interviews, and by giving questionnaires to the owners of small micro-business services around campus Undip Pleburan. Sampling was proportional sampling method and analytical methods used in this study are multiple regression models.

The results showed that proximity to infrastructure, business environment, and the cost of location has positive and significant impact on business success. The results also show the value of adjusted R^2 of 66%. F test results showed a small micro-services business that was around campus Undip Pleburan, the independent variables together significantly influence the dependent variable. Of the three independent variables is the variable cost locations that have the greatest influence than the other two variables. Therefore, in choosing their business location business, owners should pay more attention to the costs to be incurred in obtaining the location of his business.

Keywords: Choice of location, Business success, Small micro-business services

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha pada usaha jasa mikro kecil disekitar kampus Undip Pleburan. Berdasarkan berbagai literatur, terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Namun demikian, keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis, untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan. Alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing usaha. Lokasi yang baik adalah persoalan individual bila dinyatakan secara sederhana, “semuanya bergantung” pada kebutuhan masing-masing usaha.

Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh langsung dari lapangan, yakni melalui observasi langsung, wawancara, dan dengan memberikan kuesioner kepada para pemilik usaha jasa mikro kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan. Penarikan sampel menggunakan metode *proportional sampling* dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah model regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha. Hasil penelitian ini juga menunjukkan nilai adjusted R^2 sebesar 66%. Hasil uji F menunjukkan pada usaha jasa mikro kecil yang berada disekitar kampus Undip Pleburan, variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dari ketiga variabel independen biaya lokasi merupakan variabel yang memiliki pengaruh paling besar dibandingkan kedua variabel yang lainnya. Oleh karena itu, dalam pemilihan lokasi usahanya pemilik usaha sebaiknya lebih memperhatikan pada biaya yang harus dikeluarkan dalam memperoleh lokasi usahanya.

Kata kunci : Pemilihan lokasi, Kesuksesan usaha, Usaha jasa mikro kecil

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, Tuhan Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala karunia yang telah diberikan. Shalawat serta salam semoga selalu terlimpah pada pemimpin kita hingga akhir zaman, Rasulullah Muhammad SAW.

Tanpa terasa waktu berlalu begitu cepat sehingga penulis akhirnya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR KAMPUS UNDIP PLEBURAN)”. Skripsi ini disusun dalam rangka menyelesaikan tugas akhir pada Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala limpahan berkah, rahmat, rahim, dan karunia-Nya.
2. Bapak Dr. H. Moch. Chabachib, Msi, Akt selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak H. Susilo Toto Raharjo, SE, MT, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
4. Bapak Drs. H. Mustafa Kamal, MM, selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan perhatian memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

5. Responden dalam penelitian ini yakni para pemilik usaha jasa di sekitar kampus Undip Pleburan. Tanpa bantuan dan kerjasama Anda semua skripsi ini tidak akan berjalan lancar.
6. Keluargaku tersayang Bapak, Ibu, Kakak, dan Adikku yang selalu memberikan dukungan, cinta dan kasih sayang sehingga saya termotivasi untuk selalu melakukan hal yang terbaik bagi kalian semua.
7. Hadi Sunarto yang selalu memberikan dukungan dan perhatian sehingga saya termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-temanku di Gank MO, Niken, Erik, Faiz, Pina, Illa', Aanggi, Edo, Riza, dan Dani atas saran dan dukungannya sehingga saya termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen angkatan 2006 yang telah mengisi hari-hari selama berkuliah di FE Undip dengan penuh tawa, canda, solidaritas dan kekompakan.
10. Teman-teman KKN desa Kalikurmo Ari, Gita, Ganendra, Tisca, dan yang lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu terima kasih atas segala dukungan kalian semua.
11. Teman diskusiku Ishomuddin atas bantuan dan arahanmu dalam menyelesaikan skripsi ini, serta semua canda tawa dan semangat yang kau berikan.

12. Para Dosen dan Staf Pengajar program studi Manajemen, yang telah memberikan ilmu dan khasanah pengetahuan di bidang Ilmu Ekonomi yang sangat bermanfaat dan menjadi bekal pengetahuan bagi penulis.
13. Para Staf dan Pegawai di Perpustakaan baik perpustakaan sirkulasi, referensi, maupun petugas TU, yang telah memberikan pelayanan dan bantuan kepada penulis selama berkuliah di FE Undip.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu segala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan masih penulis harapkan. Akhir kata, penulis mengharapkan tulisan ini dapat bermanfaat dan menambah khasanah keilmuan yang terkait topik ini.

Semarang, 27 Juli 2010

Penulis

Azizah Pratiwi

NIM C2A 006 030

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAKSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Pertanyaan Penelitian	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan.....	13
Bab II Tinjauan Pustaka	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
2.4 Hipotesis.....	37
Bab III Metode Penelitian.....	38
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.2 Populasi dan Sampel	41

3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	45
3.6 Metode Analisis.....	46
3.7 Uji Asumsi Klasik	47
3.8 Uji Goodness of Fit	49
Bab IV Hasil dan Pembahasan	51
4.1 Identitas Responden	51
4.2 Tanggapan Responden Mengenai Faktor-faktor yang menjadi Pertimbangan Pemilihan lokasi.....	59
4.3 Analisis data dan Pembahasan	69
4.4 Pembahasan.....	81
Bab V Penutup.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN	93

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jenis Usaha Jasa yang Berada Di Sekitar Kampus Undip Pleburan	9
Tabel 2.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi pemilihan Lokasi.....	21
Tabel 2.2 Strategi Lokasi Organisasi Jasa Vs Manufaktur	25
Tabel 2.3 Penelitian-penelitian Terdahulu	32
Tabel 3.1 Sampel yang Diambil dari Tiap-tiap Jenis Usaha Jasa.....	43
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Kedekatan dengan Infrastruktur Dalam Memilih Lokasi Usaha Jasa	60
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Lingkungan Bisnis dalam Memilih Lokasi Usaha Jasa.....	62
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Biaya Lokasi dalam Memilih Lokasi Usaha Jasa.....	64
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa yang Dimilikinya	67
Tabel 4.5 Uji Validitas	71
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 4.7 Uji Multikolinearitas	75
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	77
Tabel 4.9 Hasil Uji t	78
Tabel 4.10 Hasil Uji F	80
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Teori Lokasi Von Thunnen	16
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Gambar 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Etnis	53
Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia	54
Gambar 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Gambar 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha	56
Gambar 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Membuka Usaha Lain Sebelumnya	57
Gambar 4.7 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki	58
Gambar 4.8 Grafik <i>Scatter Plot</i> Uji Normalitas.....	74
Gambar 4.9 Grafik Plot Uji Heterokedastisitas.....	76

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A Kuesioner	93
Lampiran B Identitas Responden	100
Lampiran C Tabel Induk Penelitian	113
Lampiran D Uji Validitas dan Reliabilitas	118
Lampiran E Uji Asumsi Klasik	127
Lampiran F Analisis Regresi, Uji t, Uji F, dan Koefisien Determinasi.....	130

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya perbedaan sukses organisasi-organisasi dan perbedaan kekuatan dan/atau kelemahan organisasi, sering karena faktor-faktor lokasi. Dalam situasi persaingan, faktor-faktor lokasi dapat menjadi faktor-faktor kritis yang membuatnya sangat penting (T. Hani Handoko, 2000 : 65). Agar usaha yang dijalankan dapat bersaing secara efektif, lokasi usaha haruslah strategis dan mudah untuk dijangkau.

Pemilihan lokasi suatu organisasi (perusahaan) akan mempengaruhi risiko dan keuntungan perusahaan tersebut secara keseluruhan, mengingat lokasi sangat mempengaruhi biaya tetap maupun biaya variabel, baik dalam jangka menengah maupun jangka panjang. Sebagai contoh, biaya transportasi saja bisa mencapai 25% harga jual produk (tergantung kepada produk dan tipe produksi atau jasa yang diberikan). Hal ini berarti bahwa seperempat total pendapatan perusahaan mungkin dibutuhkan hanya untuk menutup biaya pengangkutan bahan mentah yang masuk dan produk jasa yang keluar dari perusahaan (Heizer dan Render, 2004 : 410).

Memilih lokasi yang tepat berarti menghindari sebanyak mungkin efek-efek negatif yang mungkin timbul dan mendapatkan lokasi yang memiliki paling banyak faktor-faktor positif. Sekali organisasi menentukan letak lokasi usahanya untuk

beroperasi di suatu daerah tertentu, maka akan banyak biaya yang timbul dan sulit untuk dikurangi.

Keputusan lokasi sering bergantung kepada tipe bisnis. Untuk keputusan lokasi industri, strategi yang digunakan biasanya adalah strategi untuk meminimalkan biaya, sedangkan untuk bisnis eceran dan jasa profesional, strategi yang digunakan terfokus pada memaksimalkan pendapatan. Walaupun demikian, strategi lokasi pemilihan gudang, dapat ditentukan oleh kombinasi antara biaya dan kecepatan pengiriman. Secara umum, tujuan strategi lokasi adalah untuk memaksimalkan keuntungan lokasi bagi perusahaan.

Tanpa perencanaan lokasi yang tepat, perusahaan dapat membuat kesalahan-kesalahan dalam pemilihan lokasi. Suatu perusahaan mungkin memilih lokasi tanpa mempertimbangkan ketersediaan tenaga kerja di daerah tersebut, dan beberapa bulan setelahnya perusahaan menghadapi masalah tenaga kerja. Perusahaan lain memutuskan membeli tanah untuk lokasi pabrik dengan harga yang murah, tetapi kemudian disadari bahwa kondisi tanah di lokasi tersebut jelek sehingga perusahaan harus mengeluarkan biaya ekstra dalam membangun fondasinya. Kesalahan-kesalahan seperti yang disebutkan diatas dapat mengakibatkan perusahaan beroperasi dengan tidak efisien dan efektif.

Faktor-faktor penting yang dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi masing-masing perusahaan berbeda. Bagi suatu perusahaan mungkin faktor terpenting adalah dekat dengan pasar. Tetapi mungkin yang lebih penting bagi perusahaan lain adalah dekat dengan sumber-sumber penyediaan bahan dan komponen. Beberapa perusahaan

lainnya mungkin mempertimbangkan faktor lokasi dimana tersedia tenaga kerja yang mencukupi kebutuhan perusahaan, ataupun biaya transportasi yang sangat tinggi bila produk berat dan besar.

Jadi, alasan utama terjadinya perbedaan dalam pemilihan lokasi adalah adanya perbedaan kebutuhan masing-masing perusahaan. Lokasi yang baik adalah persoalan individual. Hal ini sering disebut pendekatan “situasional” atau “contingency” untuk pembuatan keputusan – bila dinyatakan secara sederhana, “semuanya bergantung” (T. Hani Handoko, 2000 : 67).

Di dalam bukunya, Hani Handoko (2000) menyebutkan faktor-faktor yang secara umum perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi perusahaan, adalah sebagai berikut :

1. *Lingkungan masyarakat*, kesediaan masyarakat suatu daerah menerima segala konsekuensi, baik konsekuensi positif maupun negatif didirikannya suatu pabrik di daerah tersebut merupakan suatu syarat penting. Perusahaan perlu memperhatikan nilai-nilai lingkungan dan ekologi dimana perusahaan akan berlokasi, karena pabrik-pabrik sering memproduksi limbah dalam berbagai bentuk air, udara, atau limbah zat padat yang telah tercemar, dan sering menimbulkan suara bising. Di lain pihak, masyarakat membutuhkan industri atau perusahaan karena menyediakan lapangan pekerjaan dan uang yang dibawa industri ke masyarakat. Lingkungan masyarakat yang menyenangkan bagi kehidupan karyawan dan eksekutif juga memungkinkan mereka melakukan pekerjaan

dengan lebih baik. Tersedianya fasilitas sekolah, rekreasi, kegiatan-kegiatan budaya dan olahraga adalah bagian penting dari keputusan ini.

2. *Kedekatan dengan pasar.* Dekat dengan pasar akan membuat perusahaan dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para langganan, dan sering mengurangi biaya distribusi. Perlu dipertimbangkan juga apakah pasar perusahaan tersebut luas ataukah hanya melayani sebagian kecil masyarakat, produk mudah rusak atau tidak, berat produk, dan proporsi biaya distribusi barang jadi pada total biaya. Perusahaan besar dengan jangkauan pasar yang luas, dapat mendirikan pabrik-pabriknya di banyak tempat untuk mendekati pasar.
3. *Tenaga kerja.* Di manapun lokasi perusahaan, harus mempunyai tenaga kerja, karena itu cukup tersedianya tenaga kerja merupakan hal yang mendasar. Bagi banyak perusahaan sekarang kebiasaan dan sikap calon pekerja suatu daerah lebih penting dari ketrampilan dan pendidikan, karena jarang perusahaan yang dapat menemukan tenaga kerja baru yang telah siap pakai untuk pekerjaan yang sangat bervariasi dan tingkat spesialisasi yang sangat tinggi, sehingga perusahaan harus menyelenggarakan program latihan khusus bagi tenaga kerja baru. Orang-orang dari suatu daerah dapat menjadi tenaga kerja yang lebih baik dibanding dari daerah lain, seperti tercermin pada tingkat absensi yang berbeda dan semangat kerja mereka. Disamping itu, penarikan tenaga kerja, kuantitas dan jarak, tingkat upah yang berlaku, serta persaingan

antar perusahaan dalam memperebutkan tenaga kerja yang berkualitas tinggi, perlu diperhatikan perusahaan.

4. *Kedekatan dengan bahan mentah dan supplier.* Apabila bahan mentah berat dan susut cukup besar dalam proses produksi maka perusahaan lebih baik berlokasi dekat dengan bahan mentah, misal pabrik semen, kayu, kertas, dan baja. Tetapi bila produk jadi lebih berat, besar, dan bernilai rendah maka lokasi dipilih sebaliknya. Begitu juga bila bahan mentah lekas rusak, seperti perusahaan buah-buahan dalam kaleng, lebih baik dekat dengan bahan mentah. Lebih dekat dengan bahan mentah dan para penyedia (supplier) memungkinkan suatu perusahaan mendapatkan pelayanan supplier yang lebih baik dan menghemat biaya pengadaan bahan.
5. *Fasilitas dan biaya transportasi.* Tersedianya fasilitas transportasi baik lewat darat, udara, dan air akan melancarkan pengadaan faktor-faktor produksi dan penyaluran produk perusahaan. Pentingnya pertimbangan biaya transportasi tergantung “sumbangannya” terhadap total biaya, contoh untuk perusahaan komputer yang biaya transportasinya hanya sekitar 1 atau 2% dari total biaya, tidak jadi masalah di manapun lokasi perusahaan berada dibanding bagi perusahaan semen. Untuk banyak perusahaan perbedaan biaya transportasi tidak sepenting perbedaan upah tenaga kerja. Tetapi, bagaimanapun juga, biaya transportasi tidak dapat dihilangkan di manapun perusahaan berlokasi, karena produk perusahaan

harus disalurkan dari produsen bahan mentah ke pemakai terakhir ; jadi, fasilitas seharusnya berlokasi di antara sumber bahan mentah dan pasar yang meminimumkan biaya transportasi. Dekat dengan bahan mentah akan mengurangi biaya pengangkutan bahan mentah, tetapi biaya pengangkutan pengiriman produk jadi meningkat. Sebaliknya, lokasi dekat pasar akan menghemat biaya pengangkutan produk jadi tetapi menaikkan biaya pengangkutan bahan mentah.

6. *Sumber daya-sumber daya (alam) lainnya.* Perusahaan-perusahaan seperti pabrik kertas, baja, karet, kulit, gula, tenun, pemrosesan makanan, aluminium dan sebagainya sangat memerlukan air dalam kuantitas yang besar. Selain itu hampir setiap industri memerlukan baik tenaga yang dibangkitkan dari aliran listrik, diesel, air, angin, dan lain-lain. Oleh sebab itu perlu diperhatikan tersedianya sumber daya-sumber daya (alam) dengan murah dan mencukupi.

Selain faktor-faktor tersebut di atas, berbagai faktor lainnya berikut ini perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi : harga tanah, dominasi masyarakat, peraturan-peraturan tenaga kerja (labor laws) dan relokasi, kedekatan dengan pabrik-pabrik dan gudang-gudang lain perusahaan maupun para pesaing, tingkat pajak, kebutuhan untuk ekspansi, cuaca atau iklim, keamanan, serta konsekuensi pelaksanaan peraturan tentang lingkungan hidup.

Penelitian mengenai pemilihan lokasi lebih sering dilakukan untuk pemilihan lokasi pabrik, gudang, dan bisnis ritel. Namun pemilihan lokasi usaha tidak hanya dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan besar. Usaha jasa berskala mikro-kecil pun juga perlu memilih lokasi usaha yang strategis agar dapat terus berjalan.

Ada banyak faktor yang menentukan kesuksesan suatu usaha. Salah satu faktor tersebut adalah ketepatan pemilihan lokasi. Ketepatan pemilihan lokasi merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh seorang pengusaha sebelum membuka usahanya. Hal ini terjadi karena pemilihan lokasi yang tepat seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha. Hal ini juga berlaku untuk usaha jasa karena usaha jasa diharuskan untuk memelihara hubungan yang dekat dengan pelanggan. Usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa harus lebih mendekatkan diri dengan semua pelanggan mereka sehingga mereka bisa memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan

Keberadaan kampus Undip pleburan merupakan magnet bagi seorang pengusaha untuk mendirikan usaha jasa disekitarnya. Hal ini tidak terlepas dari terciptanya pasar yang sangat potensial dari keberadaan kampus Undip Pleburan itu sendiri. Banyaknya mahasiswa yang kuliah di kampus Undip Pleburan merupakan pasar yang sangat potensial untuk dijadikan lahan bisnis. Hal inilah yang menyebabkan fenomena menjamurnya usaha jasa yang didirikan di sekitar kampus Undip Pleburan.

Bagi usaha jasa, lokasi yang strategis seringkali lebih penting dari pada faktor-faktor yang lain. Hal ini berarti bahwa pengusaha rela membayar biaya yang

lebih besar untuk pemilihan lokasi dengan mengharapkan pendapatan besar sebagai akibat pemilihan lokasi yang tepat. Hal ini juga terjadi pada usaha jasa yang berdiri disekitar kampus Undip Pleburan, para pengusaha tidak peduli dengan harga sewa yang mahal karena dekat dengan kampus Undip Pleburan serta berada di pusat kota. Mereka rela membayar mahal untuk membuka usaha di lokasi ini dengan mengharapkan pendapatan yang besar mengingat adanya pasar yang potensial akibat adanya mahasiswa yang kuliah di Undip Pleburan. Disamping faktor biaya, faktor kedekatan dengan infrastruktur dan kedekatan dengan lingkungan bisnis merupakan hal-hal yang diperhatikan pengusaha sebelum mendirikan usaha di sekitar kampus Undip Pleburan.

Dewasa ini, sektor jasa telah mengalami peningkatan yang dramatis dibanding dekade sebelumnya. Dari sekian banyak jenis jasa yang berkembang diantaranya adalah asuransi, telekomunikasi, hiburan televisi, pendidikan, binatu, reparasi, dan jasa finansial. Tidak terkecuali usaha jasa berskala mikro-kecil disekitar kampus Undip Pleburan. Banyak usaha jasa baru atau pun usaha jasa lama yang telah dilengkapi dengan fasilitas modern bermunculan. Usaha-usaha jasa tersebut adalah usaha fotocopy, jasa persewaan, internet café baik yang dilengkapi dengan hot spot area maupun tidak, wartel, laundry, bengkel, counter, pencucian motor, dan salon. Meskipun merupakan usaha jasa berskala mikro-kecil, memiliki lokasi usaha yang strategis merupakan suatu kebutuhan pokok bagi setiap usaha tersebut dan perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha. Berikut adalah berbagai macam jenis usaha jasa mikro-kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan.

TABEL 1.1
Jenis Usaha Jasa Yang Berada Di Sekitar Kampus Undip Pleburan

Jenis	Jumlah
Warnet	9
Fotocopy	52
Salon	13
Bengkel	8
Cuci Motor	3
Counter	25
Jasa Persewaan	18
Wartel	11
Laundry	9
Total	148

Sumber : Data primer, diolah

Dari tabel diatas, dapat dilihat bahwa disekitar kampus Undip Pleburan telah berkembang berbagai macam usaha jasa baik yang berskala mikro maupun skala kecil. Jumlah usahanya pun berkembang dari waktu ke waktu hingga pada saat ini mencapai total 148 usaha jasa dengan sasaran utama konsumennya adalah para mahasiswa-mahasiswi Undip Pleburan. Para pemilik usaha-usaha jasa tersebut, memilih lokasi usaha yang sestrategis mungkin serta mempertimbangkan kebutuhan dari para konsumennya yakni mahasiswa-mahasiswi Undip Pleburan.

Faktor-faktor pemilihan lokasi perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam menentukan lokasi usahanya, karena lokasi usaha tersebut dapat dijadikan sebagai salah satu strategis bisnis. Memilih lokasi usaha yang dekat dengan target

pasar merupakan salah satu strategi bisnis selain itu juga memudahkan konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang diberikan. Selain kedekatan dengan target pasarnya, ketersediaan infrastruktur yang memadai juga perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha. Bagi usaha fotocopy, rental komputer, dan internet café ketersediaan listrik merupakan hal pokok bagi jalannya kegiatan bisnis, karena ketika listrik padam maka otomatis kegiatan bisnis usaha-usaha tersebut terhenti. Ketersediaan air menjadi kebutuhan pokok bagi usaha jasa pencucian motor, sedangkan bagi usaha laundry dan salon ketersediaan listrik dan juga air menjadi hal penting dalam menunjang kegiatan bisnis. Faktor pemilihan lokasi usaha tidak hanya didasarkan pada faktor kedekatan dengan target pasar dan ketersediaan infrastruktur, terdapat faktor-faktor lainnya yang menjadi pertimbangan pemilik usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus Undip Pleburan dalam memilih lokasi usahanya yang pada akhirnya dapat menghantarkan usaha tersebut pada kesuksesan usaha.

Latar belakang seperti yang telah disebutkan di atas menjadi dasar dari penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti dengan judul : **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PEMILIHAN LOKASI TERHADAP KESUKSESAN USAHA JASA (STUDI PADA USAHA JASA MIKRO-KECIL DI SEKITAR KAMPUS UNDIP PLEBURAN)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Adanya fenomena bisnis dimana usaha jasa selalu mendekat kepada konsumennya dengan harapan usaha jasa tersebut dapat meningkatkan perputaran bisnis usahanya sehingga dapat memperoleh pendapatan yang lebih besar, mengakibatkan kampus Undip Pleburan menjadi magnet bagi pengusaha jasa. Kampus Undip Pleburan memiliki potensi pasar yang besar, didalamnya banyak mahasiswa-mahasiswi yang belajar menuntut ilmu yang dapat dijadikan target pasar usaha jasa mikro-kecil. Oleh karenanya, banyak pemilik usaha jasa berusaha memperoleh lokasi usaha untuk sedekat mungkin dengan kampus Undip Pleburan meskipun dengan konsekuensi biaya lokasi yang mahal.

Ada banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Diantara faktor-faktor tersebut adalah adanya infrastruktur yang lengkap dan memadai di daerah yang akan didirikan usaha, lingkungan bisnis yang mendukung bagi jalannya usaha tersebut, serta biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha tersebut. Faktor-faktor pemilihan lokasi usaha tersebut dipertimbangkan oleh pemilik usaha agar mendapatkan tempat usaha yang strategis dengan biaya yang seekonomis mungkin agar tidak membebani investasi awal usaha yang pada akhirnya lokasi usaha yang telah dipilih dengan mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi tersebut dapat menghantarkan usaha jasa mikro-kecil yang berada disekitar kampus Undip Pleburan pada kesuksesan usaha.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pernyataan-pernyataan seperti tersebut di atas muncul pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apa pengaruh faktor kedekatan dengan infrastruktur terhadap kesuksesan usaha?
2. Apa pengaruh faktor kedekatan dengan lingkungan bisnis terhadap kesuksesan usaha?
3. Apa pengaruh faktor biaya lokasi kesuksesan usaha?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kedekatan dengan infrastruktur terhadap kesuksesan usaha.
2. Untuk menganalisis pengaruh kedekatan dengan lingkungan bisnis terhadap kesuksesan usaha.
3. Untuk menganalisis pengaruh biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha.

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai salah satu referensi yang dapat memberikan gambaran dari informasi yang jelas tentang pemilihan lokasi usaha yang strategis sehingga dapat memberikan

keunggulan kompetitif dan membantu pencapaian kesuksesan usaha khususnya usaha jasa.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab dua ini akan diuraikan landasan teoritis menjelaskan teori-teori yang mendukung perumusan hipotesis, yang didukung dengan penelitian terdahulu. Kerangka pemikiran teoritis menjelaskan permasalahan yang akan diteliti yaitu tentang apa yang seharusnya, sehingga timbul adanya hipotesis (dugaan awal penelitian). Jadi, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah yang diteliti.

Bab III Metode Penelitian

Bab ini berisi deskripsi tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan secara operasional yang menguraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian yang secara deskriptif dibahas variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian. Analisis data dilakukan untuk menyederhanakan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Setelah data dianalisis, dalam pembahasan dijelaskan implikasi dari hasil analisis data dan interpretasi yang dibuat dalam penelitian.

Bab V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan atas hasil penelitian dan saran atas dasar hasil penelitian tersebut.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Pemilihan Lokasi

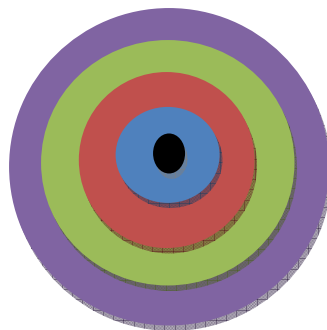
Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut (Nurul Indarti, 2004). Namun, penelitian-penelitian tersebut masih didominasi oleh pemilihan lokasi di sektor manufaktur, industri teknologi tinggi, dan perusahaan besar, dimana pemilihan lokasi usaha-usaha tersebut didorong oleh pertimbangan besarnya biaya transportasi bahan produksi.

Von Thunnen mengembangkan teori lokasi pada awal abad 19. Thunnen melakukan pengamatan di daerah tempat tinggalnya, dari pengamatan tersebut Thunnen menemukan berbagai komoditas pertanian diusahakan menurut pola tertentu. Dengan memperhatikan jarak tempuh antara daerah produksi dan pasar, pola tersebut memasukkan variabel keawetan, berat, dan harga dari berbagai komoditas pertanian. Asumsi dari teori lokasi Von Thunnen adalah sebagai berikut :

1. Terdapat suatu daerah terpencil yang terdiri dari daerah perkotaan dengan daerah pedalamannya yang merupakan satu-satunya daerah pemasok kebutuhan pokok komoditas pertanian.

2. Daerah perkotaan tersebut merupakan daerah penjualan kelebihan produksi daerah pedalaman dan tidak menerima penjualan hasil pertanian dari daerah lain.
3. Daerah pedalaman tidak menjual kelebihan produksinya ke daerah lain kecuali ke daerah perkotaan tersebut.
4. Daerah pedalaman merupakan daerah homogen dan cocok untuk tanaman dan peternakan dataran menengah.
5. Daerah pedalaman dihuni oleh petani yang berusaha untuk memperoleh keuntungan maksimum dan mampu untuk menyesuaikan hasil tanaman dan peternakannya dengan permintaan yang terdapat didaerah perkotaan.
6. Angkutan yang ada hanya angkutan darat berupa gerobak yang dihela kuda.
7. Biaya angkut ditanggung oleh petani dan besarnya sebanding dengan jarak yang ditempuh. Petani menjual hasil dalam bentuk segar.

Gambar 2.1
Teori Lokasi Von Thunnen



Central city
Intensive Farming/Dairying
Forest
Extensive Field Crops
Ranching/Animal Products

Dengan asumsi tersebut maka daerah lokasi berbagai jenis pertanian akan berkembang dalam bentuk lingkaran tidak beraturan yang mengelilingi daerah pertanian, seperti tampak pada gambar 2.1.

Di lain pihak, Melvin Greenhut berusaha menyatukan teori lokasi biaya minimum dengan teori ketergantungan lokasi. Greenhut lebih menekankan segi permintan, permintaan tidak hanya ditentukan oleh lokasi tetapi juga mempengaruhi pemilihan lokasi usaha.

William J. Reilly menerbitkan buku pertamanya tentang model kawasan perdagangan pada tahun 1929. Hukum Reilly menyatakan gravitasi usaha berurusan dengan seberapa besar daerah perkotaan menarik pelanggan dan melayani masyarakat yang lebih kecil di pedesaan. Dua dekade kemudian Paulus Converse merevisi hukum Reilly dengan menentukan batas-batas suatu kawasan perdagangan kota atau membuat sebuah “titik ketidakpedulian” antara dua kota. Titik ketidakpedulian ini adalah titik dimana pembeli akan acuh tak acuh untuk pergi ke satu kota maupun ke kota lainnya dalam upaya pemenuhan kebutuhannya.

Lokasi usaha adalah pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat (atau menghancurkan) strategi bisnis sebuah usaha. Disaat pemilik usaha telah memutuskan lokasi usahanya dan beroperasi di satu lokasi tertentu, banyak biaya akan menjadi tetap dan sulit untuk dikurangi. Pemilihan lokasi usaha mempertimbangkan antara strategi pemasaran jasa dan preferensi pemilik.

Kedekatan dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman. Dari kedua keuntungan tersebut, memberikan layanan yang lebih baik biasanya adalah lebih penting. Usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa harus lebih

mendekatkan diri dengan semua pelanggan mereka sehingga mereka bisa dekat dengan pasar mereka.

Harding di dalam bukunya menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi yakni lingkungan masyarakat, sumber-sumber alam, tenaga kerja, pasar, transport, pembangkit tenaga, dan tanah untuk ekspansi (Harding, 1976 : 67). Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat disuatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negatif daripada didirikannya suatu tempat usaha didaerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha tersebut didaerah itu. Besarnya populasi, kepadatan penduduk, dan karakteristik masyarakat menjadi faktor dalam mempertimbangkan suatu area perdagangan. Basis ekonomi yang ada seperti industri daerah setempat, potensi pertumbuhan, fluktuasi karena faktor musiman, dan fasilitas keuangan di daerah sekitar juga harus diperhatikan oleh pemilik dalam memilih lokasi usahanya.

Suatu perusahaan juga senang berdekatan dengan pesaingnya. Trend ini, disebut sebagai *clustering*, sering terjadi jika sumber daya utama ditemukan di wilayah tersebut. Sumber daya ini meliputi sumber daya alam, informasi, modal proyek, dan juga bakat. Menurut Alcacer (2004) dengan lokasi yang berdekatan dengan pesaing usaha, perusahaan dapat melakukan strategi kompetisi total baik dalam kepemimpinan harga atau jasa lain yang diberikan. Seorang pengusaha harus mengenali jumlah dan ukuran usaha lain serta situasi persaingan yang ada di daerah tersebut.

Kedekatan dengan pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman. Dari kedua keuntungan tersebut, memberikan layanan yang lebih baik biasanya adalah lebih penting. Usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa harus lebih mendekatkan diri dengan semua pelanggan mereka sehingga mereka bisa dekat dengan pasar mereka.

Biaya tanah dan pajak lokal kadang-kadang merupakan salah satu faktor pemilihan lokasi, meskipun pada umumnya kedua hal tersebut relatif tidak penting. Biaya tempat, termasuk pajak dan lansekap, mungkin hanya 3% dan biasanya kurang dari 10% dari total biaya fasilitas. Pada kenyataannya, kadang-kadang seperti faktor kecil bahwa masyarakat industri menginginkan untuk menyumbangkan tanah (atau menawarkannya dengan harga spesial) untuk suatu organisasi yang mau mencari di daerah tersebut. Hal ini disebabkan karena adanya suatu usaha di daerah tersebut akan membawa keuntungan bagi masyarakat disekitarnya.

Suatu usaha apabila terletak jauh daripada supliernya maka akan semakin tinggi biaya transportasi dan distribusi barang. Harga jual barang akan sangat dipengaruhi oleh tinggi rendahnya bahan dasar dan bahan-bahan lainnya yang diperlukan dalam proses produksi. Harga daripada bahan-bahan dasar dan bahan-bahan pembantu dipengaruhi pula oleh biaya yang harus ditanggung oleh supplier untuk mendistribusikan barang tersebut. Pemasok mempunyai pengaruh pada usaha dalam hal kecepatan penyediaan, kualitas produk yang terjaga, biaya pengiriman, dan

lain-lain sehingga kedekatan dengan sumber pemasok perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha.

Tersedianya tenaga kerja baik tenaga kerja terdidik ataupun tenaga kerja terlatih yang cukup banyak merupakan faktor yang terpenting. Di dalam penentuan lokasi usaha harus dipertimbangkan besarnya kebutuhan tenaga kerja baik tenaga kerja *skilled*, *trained* dan *unskilled*. Untuk memenuhi kebutuhan perusahaan maka harus dipertimbangkan kemungkinan tersedianya tenaga-tenaga tersebut.

Hampir setiap usaha memerlukan tenaga listrik yang sering di dalam hal ini mempengaruhi pula letak usaha yang ekonomis. Oleh karena itu, kedekatan dengan infrastruktur perlu diperhatikan. Tersedianya pembangkit tenaga listrik dan air, faktor lebar jalan, kondisi jalan, dan juga sarana dan prasarana transportasi akan menjadi nilai tambah atau nilai kurang dan harus menjadi perhatian penting dalam pemilihan lokasi usaha.

Harga tanah dan sewa bangunan di perkotaan harganya lebih mahal dibandingkan di daerah pedesaan. Oleh karena itu, ketersediaan tanah yang luas perlu dipertimbangkan dalam pemilihan lokasi usaha jika dimasa yang akan datang pemilik usaha memiliki rencana untuk melakukan ekspansi.

Layout atau penataan ruang usaha perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha. Hal ini selain memudahkan dalam alur pergerakan pegawai dalam bekerja juga dapat memberikan kenyamanan pada pelanggan serta memberikan ciri khas tempat usaha yang dapat membedakannya dengan para pesaingnya. Tiap-tiap jenis usaha memerlukan penataan ruang yang berbeda, namun satu hal yang sama adalah

mempertimbangkan kemudahan pergerakan karyawan dan kenyamanan pelanggan.

Berikut adalah faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan lokasi suatu usaha.

Tabel 2.1
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi

Faktor	Penelitian/Buku
Kedekatan dengan konsumen	Schmenner (1994), Chase et all (2006), Handoko (2000)
Kedekatan dengan sekolah/universitas	O'Mara (1999)
Kedekatan dengan perumahan/pemukiman	Schmenner (1994), Assauri (1980)
Kedekatan dengan pesaing	Schmenner (1994), Alcacer (2004), Tjiptono (2007), Handoko (2000)
Kemampuan peralatan/perlengkapan usaha	Schmenner (1994)
Adanya lahan parkir yang memadai	Schmenner (1994), Tjiptono (2007)
Infrastruktur yang lengkap	O'Mara (1999), Kuncoro (2003), Assauri (1980), Chase et all (2006)
Kedekatan dengan supplier	Chase et all (2006), Handoko (2000)
Besarnya pajak	Chase et all (2006), Handoko (2000)
Kedekatan dengan jalan	Schmenner (1994)
Tingkat keamanan	Handoko (2000)

Harga sewa tempat usaha	Schmenner (1994), Assauri (1980), Handoko (2000)
-------------------------	---

Sumber : Berbagai sumber, diolah 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat banyak faktor harus yang dipertimbangkan dalam memilih lokasi usaha. Tentunya pertimbangan faktor-faktor dalam pemilihan lokasi usaha tergantung dari jenis usaha yang akan didirikan.

Dalam pengukuran kesuksesan bisnis dapat berdeda antara satu usaha dengan yang lain atau anantara satu pemilik dengan pemilik usaha yang lainnya. Namun, kesuksesan suatu usaha dapat dilihat dari data subjektif ataupun objektif atas berbagai aspek, misalnya pertumbuhan penjualan, pangsa pasar yang dimiliki, dan tingkat keuntungan yang dicapai (Dawes dalam Nurul Indarti, 2004).

Dua pengukuran yang dapat dipakai untuk mengukur kesuksesan suatu usaha yakni, kinerja financial dan non-financial. Pengukuran financial merupakan pengukuran tradisional yang biasa digunakan untuk mengukur kinerja suatu usaha, biasanya berhubungan dengan tingkat profitabilitas usaha (*return on investment*). Sedangkan pengukuran non-financial dapat dilihat dari kualitaa produk yang dihasilkan, tingkat persediaan, produktivitas, fleksibilitas, kecepatan pengiriman, dan pegawai. Selain pengukuran financial dan non-financial terdapat juga pengukuran subjektif dan objektif. Pengukuran subjektif dapat didefinisikan sebagai kesuksesan yang diharapkan/diterima oleh pemilik usaha, sedangkan pengukuran objektif salah satunya dapat dilihat dari persentase aktual dari pertumbuhan penjualan atau tingkat keuntungan yang dicapai.

Pengukuran kesuksesan usaha juga dapat dilihat dari kecepatan dalam mencapai BEP (*break even points*). Analisis BEP adalah salah satu cara yang dapat digunakan untuk mengukur keuntungan dan kerugian atas pemilihan lokasi suatu usaha. Sebuah perbandingan ekonomi dapat dibuat dengan cara mengidentifikasi biaya tetap dari biaya variabel serta membuat grafik biaya yang dibutuhkan atas tiap-tiap lokasi yang akan dipilih.

Analisis ekonomi lain yang dapat digunakan untuk mengukur kesuksesan usaha adalah dengan analisis ROI (*return on investment*). Analisis ROI merupakan ukuran perbandingan antara keuntungan dengan biaya operasional. Analisis ini digunakan untuk mengetahui efisiensi penggunaan modal.

Pencapaian *real profit* merupakan salah satu ukuran kesuksesan usaha. *Real profit* adalah tunai yang tersisa setelah upah yang dikeluarkan. Kemampuan memberikan real profit adalah garis pembatas antara memiliki pekerjaan dan memiliki usaha. Pada tahap ini, bisnis tidak hanya memberikan upah atas waktu yang telah dikeluarkan, tapi juga mengembalikan semua yang telah diinvestasikan. Diluar pembayaran hutang atau pajak pendapatan. Pada level ini sebuah usaha menjadi lebih berharga daripada nilai asetnya, karena memberikan return on investment dan alur kas yang positif. Pencapaian *real profit* ini dapat dijadikan sebagai salah satu analisis ekonomi dalam menilai lokasi usaha yang strategis.

2.1.2. Pemilihan Lokasi Usaha Jasa

Beberapa penelitian sebelumnya mencoba meneliti pemilihan lokasi pada usaha jasa (Schmenner, 1944). Penelitian-penelitian tersebut mencoba meneliti faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha jasa. Pemilihan lokasi usaha dapat dianggap sebagai suatu keputusan investasi yang memiliki tujuan strategis, misalnya untuk mempermudah akses kepada pelanggan.

Menentukan lokasi tempat untuk setiap bisnis merupakan suatu tugas penting bagi pemilik usaha, karena keputusan yang salah dapat mengakibatkan kegagalan sebelum bisnis dimulai. Memilih lokasi berdagang merupakan keputusan penting untuk bisnis yang harus membujuk pelanggan untuk datang ke tempat bisnis dalam pemenuhan kebutuhannya.

Tampak jelas bahwa karakteristik usaha jasa dengan usaha manufaktur berbeda. perbedaan yang utama adalah pada waktu produksi dan konsumsi. Usaha jasa selalu berusaha untuk memilih lokasi usaha yang dekat dengan pasar, hal ini karena salah satu karakteristik jasa adalah tidak dapat disimpan sehingga jasa harus diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Sedangkan usaha manufaktur memilih lokasi usahanya berdasarkan pertimbangan kedekatan dengan supply bahan mentah produksinya.

Bagi usaha jasa lokasi yang strategis seringkali lebih mempengaruhi pendapatan daripada mempengaruhi biaya. Hal ini berarti bahwa fokus lokasi bagi usaha jasa seharusnya adalah pada volume bisnis dan pendapatan. Berikut adalah

perbandingan strategi lokasi yang digunakan oleh usaha jasa/eceran/profesional dengan usaha manufaktur.

Tabel 2.2
Strategi Lokasi Organisasi Jasa VS Manufaktur

LOKASI JASA/ECERAN/PROFESIONAL	LOKASI MANUFAKTUR
Fokus pada Pendapatan	Fokus pada Biaya
<p>Volume/pendapatan Lokasi ; daya beli Persaingan ; iklan/penentuan harga</p> <p>Kualitas fisik Parkir/akses; keamanan/penerangan; penampilan/citra</p> <p>Penentu sewa Sewa Manajemen yang berkualitas Kebijakan operasional (jam kerja, upah)</p>	<p>Biaya nyata Biaya transportasi bahan mentah Biaya pengiriman produk jadi Biaya energi dan layanan umum; tenaga kerja; bahan mentah; pajak; dll</p> <p>Biaya tidak nyata dan masa datang Sikap terhadap serikat pekerja Kualitas hidup Pengeluaran pemerintah untuk biaya pendidikan Kualitas pemerintahan</p>
Teknik	Teknik
<p>Model regresi untuk menetapkan kepentingan beragam faktor yang ada</p> <p>Metode pemeringkatan faktor</p> <p>Penghitungan lalu lintas</p>	<p>Metode transportasi</p> <p>Metode pemeringkatan faktor</p> <p>Analisis titik impas lokasi</p> <p>Diagram silang</p>

Analisis demografi lokasi Analisis daya beli Metode pusat gravitasi Sistem informasi geografi	
Asumsi	Asumsi
Lokasi merupakan penentu utama pendapatan Permasalahan hubungan yang erat dengan pelanggan sangat penting Biaya cenderung konstan pada daerah tertentu; oleh karena itu, fungsi pendapatan sangat penting	Lokasi merupakan penentu utama biaya Hampir semua biaya utama dapat diidentifikasi untuk setiap daerah Hubungan dengan pelanggan yang rendah menjadikan fokus terletak pada biaya yang dapat diidentifikasi Biaya tidak nyata dapat dievaluasi

Sumber : Heizer dan Render, 2006

Dari tabel diatas tampak bahwa pemilihan lokasi usaha jasa lebih memilih lokasi yang dekat dengan konsumen dengan mempertimbangkan adanya akses jalan, tempat parkir, dan lokasi usaha yang aman. Usaha jasa memilih lokasi usaha yang sestrategis mungkin karena lokasi merupakan penentu utama pendapatan. Berbeda dengan strategi lokasi usaha manufaktur dimana lokasi merupakan penentu utama biaya, karena pemilihan lokasi usaha akan mempengaruhi biaya transportasi bahan mentah dan biaya pengiriman produk jadi.

Menurut Chase dkk (2006) keputusan pemilihan lokasi usaha manufaktur dan usaha jasa dipengaruhi oleh berbagai macam kriteria pemilihan yang mendasarkan pada kepentingan kompetitif. Diantara kriteria pemilihan tersebut adalah jarak ke pelanggan, iklim bisnis, total biaya yang harus dikeluarkan, infrastruktur, kualitas tenaga kerja, suplier, lingkungan masyarakat, dan pengaruh pajak.

Schmenner (1994) mengembangkan suatu pendekatan untuk mempelajari pemilihan lokasi usaha jasa. Pendekatan tersebut terdiri atas dua tahap, pertama memilih area yang akan dijadikan tempat usaha secara umum, dan kedua memilih lokasi usaha dengan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut dibedakan menjadi dua yakni “*Musts*” dan “*Wants*”, dimana pemilik usaha menentukan lokasi usaha yang telah memenuhi kriteria “*Musts*”, kemudian mempertimbangkan kriteria “*Wants*” dari lokasi usaha.

2.1.3 Strategi Lokasi Usaha Jasa

Metode analisis lokasi tidak ada yang dapat dengan tepat menentukan lokasi suatu usaha jasa. Meskipun pemilik usaha telah berusaha menentukan lokasi usahanya dengan menggunakan metode seoptimal mungkin, namun permasalahan yang tidak terduga dapat datang secara tiba-tiba pada lokasi usaha yang telah dipilih, misalnya peraturan tempat usaha, ketersediaan air, pembuangan limbah, supply tenaga kerja, biaya transportasi, peraturan pajak, penerimaan masyarakat sekitar, dan lain sebagainya yang dapat mempengaruhi jalannya kegiatan bisnis. Oleh karena itu,

pemilihan lokasi usaha jasa sebaiknya memilih lokasi yang memiliki resiko lokasi yang paling kecil. Salah satu cara memilih lokasi usaha yang baik adalah dengan mengikuti proses pemilihan sistematis (Monks, 1987):

1. Mendefinisikan objek lokasi usaha.
2. Mengidentifikasi kriteria pemilihan yang relevant.
3. Menggunakan model lokasional (model biaya ekonomi, analisis BEP, linear programming, analisis qualitative faktor analysis.)
4. Mengumpulkan data lokasi yang akan dijadikan tempat usaha dan alternatif lokasi lain.
5. Memilih lokasi yang memiliki pemenuhan kriteria paling banyak.

Analisis lokasi jasa dapat dibedakan dalam dua kategori: layanan menetap (*fixed service*) dan layanan kirim (*delivery service*). Layanan menetap dikonsumsi di fasilitas tempat jasa (layanan) ini disiapkan. Sebaliknya, layanan kirim diberikan di tempat layanan itu dibutuhkan.

Seorang pemilik usaha berusaha untuk menentukan tempat yang tepat harus mempertimbangkan faktor-faktor tempat berikut dalam mengambil keputusan: (1) area pasar, (2) cakupan pasar, dan (3) tata letak dan desain tempat usaha. Lokasi usaha sangatlah penting karena membantu dalam menentukan bauran konsumen dan persaingan. Sekali lokasi usaha dipilih maka akan sulit untuk memindahkannya.

Pasar adalah wilayah geografis di mana pembeli dan penjual bertemu untuk menukar uang untuk produk dan jasa. Pasar yang tepat untuk usaha jasa adalah

daerah yang mengandung cukup banyak orang untuk memenuhi kebutuhan konsumen pada keuntungan. Layout dan desain tempat adalah dua elemen penting yang harus dipertimbangkan usaha jasa dalam menciptakan suasana belanja yang tepat untuk target pasarnya.

Jasa tidak dipasarkan melalui saluran distribusi tradisional seperti halnya barang fisik, misalnya dari pabrik ke pedagang grosir, kemudian ke pengecer untuk selanjutnya disampaikan kepada konsumen akhir. Akan tetapi dalam pemasaran jasa terdapat dua kemungkinan, yaitu pertama, pelanggan mendatangi lokasi fasilitas jasa (mahasiswa mendatangi tempat fotocopy). Kemungkinan kedua adalah penyedia jasa yang mendatangi pelanggan (layanan perawatan wajah *door to door*).

Fleksibilitas suatu lokasi merupakan ukuran sejauh mana suatu usaha jasa dapat bereaksi terhadap situasi ekonomi yang berubah. Karena keputusan pemilihan lokasi berkaitan dengan komitmen jangka panjang terhadap aspek-aspek yang sifatnya kapital intensif, maka suatu penyedia jasa haruslah benar-benar mempertimbangkan dan menyeleksi lokasi yang responsif terhadap perubahan-perubahan ekonomi, demografis, budaya, dan persaingan di masa mendatang. *Competitive positioning* adalah metode-metode yang digunakan agar suatu usaha dapat mengembangkan posisi relatifnya dibandingkan para pesaing. Misalnya jika suatu usaha berhasil memperoleh dan mempertahankan lokasi yang strategis (lokasi sentral dan utama), maka hal tersebut dapat menjadi hambatan bagi para pesaing untuk ikut masuk ke pasar.

Menurut Fandy Tjiptono (2007) pemilihan tempat atau lokasi usaha jasa memerlukan pertimbangan yang cermat terhadap beberapa faktor berikut :

1. Akses, misalnya lokasi yang mudah dilalui atau mudah dijangkau sarana transportasi umum.
2. Visibilitas, misalnya lokasi yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan.
3. Lalu lintas (*traffic*), dimana ada dua hal yang perlu dipertimbangkan, yaitu :
 - Banyaknya orang yang lalu lalang bisa memberikan besar terjadinya *impulse buying*.
 - Kepadatan dan kemacetan lalu lintas bisa pula menjadi hambatan, misalnya terhadap pelayanan kepolisian, pemadam kebakaran, dan ambulans.
4. Tempat parkir yang luas dan aman.
5. Ekspansi, yaitu tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha dikemudian hari.
6. Lingkungan, yaitu daerah sekitar yang mendukung jasa yang ditawarkan. Misalnya usaha fotocopy yang berdekatan dengan daerah kampus, sekolah, dan perkantoran.

7. Persaingan, yaitu lokasi pesaing. Misalnya dalam menentukan lokasi wartel, perlu dipertimbangkan apakah di jalan atau daerah yang sama banyak pula terdapat wartel lainnya.
8. Peraturan pemerintah, misalnya ketentuan yang melarang tempat reparasi (bengkel) kendaraan bermotor berdekatan dengan pemukiman penduduk.

Langkah pertama dalam menentukan lokasi yang baik bagi usaha jasa adalah mengidentifikasi pasar yang paling potensial yang dapat ditemukan, karena lokasi usaha seringkali menentukan kesuksesan suatu usaha jasa.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis mengenai pemilihan lokasi. Penelitian-penelitian yang telah dilakukan sebelumnya adalah sebagai berikut :

Tabel 2.3
Penelitian-penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Business Location and Success:The	Menggunakan analisis faktor dan analisis regresi untuk	Dengan menggunakan <i>mean rating</i> , terdapat 5 faktor pemilihan lokasi yang menjadi

	Case of Internet Café Business in Indonesia, Nurul Indarti, 2004	menganalisis pengaruh faktor-faktor pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha.	pertimbangan utama yakni, ketersediaan ISP (<i>internet service provider</i>) yang memadai, kedekatan dengan konsumen, keamanan, ketersediaan infrastruktur yang memadai, dan lingkungan bisnis. Dari hasil analisis regresi, terdapat 3 faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kesuksesan bisnis yakni, ketersediaan infrastruktur, kedekatan dengan sekolah/universitas, dan keamanan. Dengan nilai adjusted R ² 23%.
2.	Why Manufacturing Industry Persisted to Cluster Spatially	Menggunakan analisis regresi dengan variabel dummy.	Hasil penelitian menunjukkan perusahaan-perusahaan manufaktur tersebut mencari lokasi dengan populasi yang tinggi serta area yang padat

	in Java, Mudrajad Kuncoro, 2003		dengan penduduk untuk mendapatkan lokasi dan urbanisasi ekonomi serta untuk mendapatkan akses yang lebih baik terhadap infrastruktur.
3.	The Relationship Between Supplier Partnership, Environmental Variables and Firms Performance in Retail Industry, Agus W. Soehadi, 2003	Menggunakan SEM (<i>structural equation modeling</i>).	Hasil penelitian menunjukkan hubungan dengan supplier berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.
4.	Strategic Drivers of location Decisions for	Menggunakan penelitian sosiologis mengacu pada “ <i>grounded</i>	Hasil penelitian menunjukkan ketersediaan sarana prasarana, ketersediaan tenaga kerja, dan infrastruktur yang memadai

	information-Age Companies, Martha A. O'Mara, 1999	<i>theory</i> ”yang menitikberatkan penggunaan <i>inductive reasoning</i> yang dpat disejajarkan dengan penelitian empiris.	mempengaruhi pemilihan lokasi. Penelitian ini juga menyarankan tren dimasa depan dan implikasinya terhadap strategi perusahaan real estate dan perkembangan ekonomi dalam memilih lokasi usaha.
5.	Service Firm Location Decisions:Some Midwestern Evidence, Roger W. Schmenner, 1994	Menggunakan pendekatan yang dikembangkan sendiri oleh Schmenner. Pemilihan lokasi usaha jasa tersebut terdiri atas dua tahap, pertama memilih area yang akan dijadikan tempat usaha secara umum, dan kedua memilih lokasi usaha dengan pertimbangan tertentu.	Hasil penelitian menunjukkan tenaga kerja, infrastruktur, dan kualitas hidup mempengaruhi pemilihan lokasi usaha. Kedekatan dengan pelanggan dan kedekatan dengan pesaing juga berpengaruh dalam pemilihan lokasi usaha. Ketersediaan lahan parkir yang memadai, jam buka yang lebih lama dari usaha jasa lain, bangunan usaha yang menarik, dan daerah yang memiliki kepadatan orang yang tinggi

		Pertimbangan tersebut dibedakan menjadi dua yakni “ <i>Musts</i> ” dan “ <i>Wants</i> ”.	merupakan lokasi yang sangat penting bagi usaha jasa yang memiliki interaksi yang tinggi terhadap konsumen.
--	--	--	---

2.3 Kerangka Pemikiran

Kesuksesan suatu usaha jasa sangat dipengaruhi oleh lokasinya. Usaha jasa merupakan usaha yang berfokus pada pendapatan, oleh karenanya lokasi usaha jasa sebisa mungkin mendekat kepada konsumennya. Dalam memilih lokasi usahanya, pemilik usaha harus mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi. Karena lokasi usaha akan berdampak pada kesuksesan usaha itu sendiri.

Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha, diantara faktor-faktor tersebut adalah kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi.

Infrastruktur yang lengkap dan memadai dapat menunjang keberlangsungan kegiatan bisnis. Ketersediaan listrik dan air merupakan hal pokok dalam menjalankan kegiatan suatu usaha, sebagai contoh apabila listrik di area Pleburan padam, maka otomatis kegiatan bisnis usaha fotocopy yang berada disekitar kampus Undip Pleburan akan terhenti.

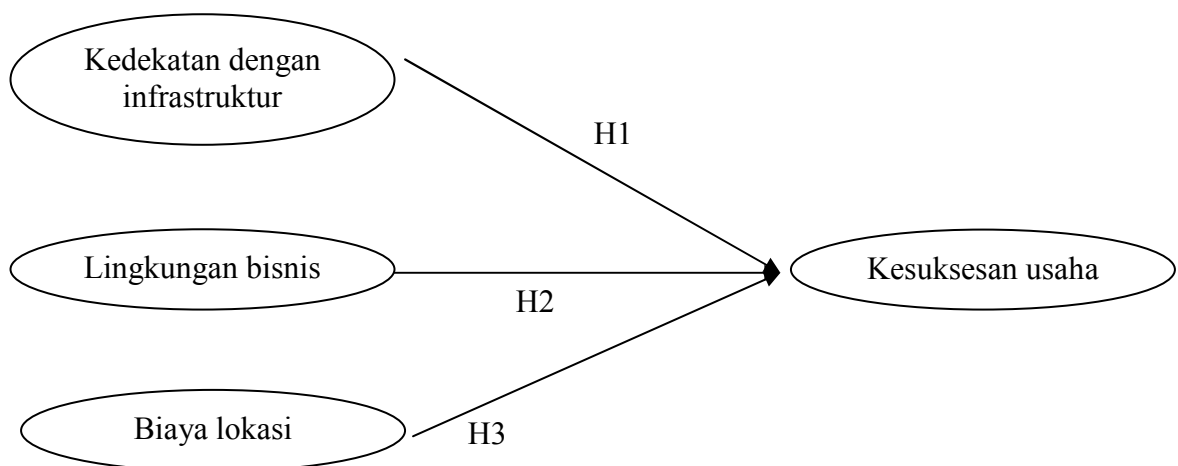
Lingkungan bisnis yang kondusif bagi jalannya kegiatan usaha perlu dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam memilih lokasi usahanya. Lingkungan

bisnis yang kondusif dapat memperlancar kegiatan bisnis. Usaha jasa yang berfokus pada pendapatan sebisa mungkin memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen. Dengan mendekat pada konsumennya, usaha jasa dapat memiliki *competitive positioning* dan memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumennya.

Biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis juga harus menjadi pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usahanya, karena akan berpengaruh terhadap investasi awal usaha. Apabila investasi awal usaha terlalu besar dan tidak diperhitungkan secara cermat maka dapat menghambat pencapaian sukses usaha.

Dari faktor-faktor pemilihan lokasi di atas maka peneliti mencoba untuk meneliti hubungan pemilihan lokasi yang dekat dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha. Secara sistematis, konsep pemikiran diatas dapat dilihat dari gambar 2.1 sebagai berikut :

Gambar 2.2
KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS
Hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang dibahas, yang kebenarannya masih harus diuji. Hipotesis merupakan rangkuman dari kesimpulan-kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaahan kepustakaan. Dengan mendasarkan pada identifikasi masalah serta kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H_1 = Kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh positif terhadap Kesuksesan usaha.

H_2 = Lingkungan bisnis berpengaruh positif terhadap kesuksesan usaha.

H_3 = Biaya lokasi berpengaruh positif terhadap Kesuksesan usaha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel bebas dalam penelitian ini yang terdiri dari tiga variabel, yaitu:

X1 = Kedekatan dengan infrastruktur

X2 = Lingkungan bisnis

X3 = Biaya lokasi

Sedangkan variabel tidak bebas atau terikat adalah kesuksesan usaha (*business success*), sebagai variabel yang dipengaruhi.

3.1.2 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstruk atau variabel tersebut (Moh. Nazir, 1983 : 152).

1. Variabel terikat (Dependent Variable)

Sebagai variabel terikat pada penelitian ini adalah kesuksesan usaha.

Kesuksesan suatu usaha jasa dapat dilihat antara lain melalui tingkat

kedatangan pelanggan, pertumbuhan laba bersih, waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha, tingginya persentase RoI, dan pencapaian *real profit*.

2. Variabel bebas (Independent Variable)

Sebagai variabel bebas pada penelitian ini adalah dimensi yang menentukan pemilihan lokasi yang terdiri dari :

X1 = Kedekatan dengan infrastuktur

Kedekatan dengan infarastruktur adalah persepsi pemilik mengenai tersedianya sumber pasokan listrik, air bersih, adanya akses jalan beraspal di depan lokasi usaha, ketersediaan lahan parkir, dan juga tingkat keamanan.

X2 = Lingkungan bisnis

Lingkungan bisnis adalah persepsi pemilik mengenai kedekatan lokasi usaha jasanya dengan bisnis jasa lain, kedekatan dengan konsumen, kedekatan dengan pesaing, peralatan/perlengkapan produksi, dan kedekatan dengan supplier.

X3 = Biaya lokasi

Biaya lokasi adalah persepsi pemilik mengenai harga sewa bangunan, ada tidaknya biaya renovasi, tingkat suku bunga, besarnya pajak, serta ada tidaknya insentif yang diberikan oleh pemilik bangunan.

Dalam penelitian ini digunakan skala Likert untuk mengukur derajat kesuksesan usaha serta sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang keputusan pemilihan lokasi usaha jasa yang telah mereka lakukan dengan skala 1 sampai dengan 5.

Sebagai salah satu bentuk produk, jasa dapat didefinisikan sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu” (Kotler dalam Fandy Tjiptono, 2007). Menurut Griffin (dalam Rambat Lupiyoadi, 2006) karakteristik dari jasa adalah *intangibility* (tidak berwujud), *unstorability* (tidak dapat disimpan), dan *customization* (didesain khusus sesuai kebutuhan konsumen).

Dalam Undang-Undang No.9/1995 tentang Usaha Kecil, usaha kecil adalah usaha yang memiliki aset lebih kecil dari Rp 200 juta diluar tanah dan bangunan dengan omzet tahunan lebih kecil dari Rp.1 milyar, dimiliki oleh orang Indonesia independen dan tidak terafiliasi dengan usaha menengah-besar serta boleh berbadan hukum-boleh tidak. Sedangkan menurut BPS usaha mikro adalah usaha yang pekerjaanya lebih kecil dari 4 orang, termasuk tenaga kerja yang tidak dibayar, dan usaha kecil adalah usaha yang pekerjaanya sebanyak 5-19 orang.

Berdasarkan definisi jasa dan usaha mikro-kecil yang telah disebutkan diatas, maka usaha jasa mikro-kecil yang masuk dalam penelitian ini adalah warnet, fotocopy, salon, bengkel, cuci motor, counter, jasa persewaan, wartel, dan laundry yang berada disekitar kampus Undip pleburan. Adapun yang dimaksud dengan

“sekitar” kampus Undip Pleburan adalah usaha-usaha jasa mikro-kecil yang berada disepanjang Jl. Airlangga Tengah, Jl. Admodirono – Jl. Singosari Timur, Jl. Hayam Wuruk, Jl. Kertanegara, Jl. Pleburan Tengah, serta usaha jasa mikro kecil lainnya yang berdekatan dengan jalan-jalan tersebut.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi

Population atau universe adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan/individu-individu) yang karakteristiknya hendak diduga. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus Undip Pleburan Semarang yang berjumlah 148 buah (lihat tabel 1.1).

Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada populasinya). Penggunaan sampel dalam penelitian ini dikarenakan tidak mungkin peneliti meneliti seluruh anggota populasi. Oleh karena itu, peneliti membentuk sebuah perwakilan populasi yang disebut sampel yang nantinya dapat ditarik kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk seluruh populasi.

Menurut Ferdinans, penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu adalah sebanyak 25 kali variabel independen. Maka jumlah sampel minimal yang harus

diambil pada penelitian ini yang memiliki 3 variabel independen adalah sebanyak 75 sampel responden.

Sampel penelitian ini berasal dari berbagai jenis usaha jasa yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan, oleh karenanya agar pengambilan sampel dari tiap-tiap jenis usaha tersebut merata maka dalam pengambilan sampel dari tiap-tiap jenis usaha jasa tersebut menggunakan proporsi sebesar 60%. Berikut adalah tabel yang menunjukkan pengambilan sampel dari tiap-tiap jenis usaha jasa yang berada disekitar kampus Undip Pleburan.

TABEL 3.1
Sampel Yang Diambil Dari Tiap-tiap Jenis Usaha Jasa

Jenis	Jumlah	Sampel yang diambil
Warnet	9	5
Fotocopy	52	31
Salon	13	8
Bengkel	8	5
Cuci Motor	3	2
Counter	25	15
Jasa Persewaan	18	11
Wartel	11	6
Laundry	9	5
Total	148	88 dibulatkan 90

Berdasarkan tabel di atas, pengambilan sampel penelitian dengan menggunakan proporsi sebesar 60% dari tiap-tiap jenis usaha jasa diperoleh sampel penelitian sebesar 88 sampel dan dibulatkan menjadi 90 sampel penelitian.

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang dapat digunakan. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampelnya menggunakan *proporsional sampling*. Yaitu pengambilan sampel usaha jasa berskala mikro-kecil yang berada disekitar kampus Undip Pleburan dengan menggunakan proporsi sebesar 60% dari tiap-tiap jenis usaha jasa yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini diperoleh dari lapangan langsung, baik dalam bentuk observasi maupun wawancara kepada responden. Dalam penelitian ini data tersebut. diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada responden (pemilik usaha jasa di sekitar kampus Undip Pleburan Semarang).

3.4 Metode Pangumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Moh. Nazir, 1988 : 211). Dalam penelitian ini metode pengumpulan data adalah dengan cara pengamatan langsung, melakukan wawancara, dan juga menggunakan daftar pertanyaan yang sering disebutkan secara umum dengan nama kuestioner.

Pengamatan data dengan observasi langsung atau dengan pengamatan langsung dilakukan dengan cara melihat langsung dan mengamati lokasi usaha jasa

yang berada di lapangan, apakah disekitar lokasi usaha tersebut dekat dengan infrastruktur, lingkungan masyarakat, target pasarnya, dan juga pesaingnya. Kegiatan wawancara dilakukan oleh peneliti dengan pemilik usaha-usaha jasa yang berada disekitar kampus Undip Pleburan untuk mengetahui pertimbangan-pertimbangan (preferensi) pemilik usaha. Metode ini digunakan sebagai pendukung/pelengkap metode kuesioner untuk mendapatkan jawaban tentang hal-hal yang belum jelas kaitannya dengan penelitian ini.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada penelitian dengan menggunakan instrumen kuesioner, maka harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa kuesioner tersebut konsisten apabila digunakan untuk mengukur gejala yang sama. Tujuan pengujian validitas dan reliabilitas kuesioner adalah untuk meyakinkan bahwa kuesioner yang disusun akan benar-benar baik dalam mengukur gejala dan menghasilkan data yang valid (Purbayu dan Ashari, 2005 : 247). Terdapat dua cara pengukuran reliabilitas :

1. Repeated Measure atau pengukuran berulang. Di sini pengukuran dilakukan berulang-ulang pada waktu yang berbeda, dengan kuesioner atau

pertanyaan yang sama. Hasil pengukuran dilihat apakah konsisten dengan pengukuran sebelumnya.

2. One Shot. Pada teknik ini pengukuran dilakukan hanya pada satu waktu, kemudian dilakukan perbandingan dengan pertanyaan yang lain atau dengan pengukuran korelasi antar jawaban.

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan pengukuran One Shot dengan metode Cronbach Alpha, di mana suatu kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Imam Ghazali, 2005 : 46).

3.6 Metode Analisis

3.6.1 Analisis Regresi Berganda

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian mengenai analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa adalah menggunakan Analisis Regresi Berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu kesuksesan usaha (Y), bentuk matematisnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Kesuksesan usaha

a = Konstanta

b_1 = koefisien regresi dari variabel X_1 , kedekatan dengan infrastruktur

b_2 = koefisien regresi dari variabel X_2 , lingkungan bisnis

b_3 = koefisien regresi dari variabel X_3 , biaya lokasi

X_1 = Kedekatan dengan infrastruktur

X_2 = Lingkungan bisnis

X_3 = Biaya lokasi

e = variabel pengganggu

3.7 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Data yang terdistribusi secara normal dapat dilihat melalui grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dapat juga dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Sedangkan analisis statistik menggunakan analisis

keruncingan dan kemencengan kurva dengan indikator keruncingan (kurtosis) dan kemencengan (skewness).

Pada penelitian ini untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidak akan menggunakan normal probability plot. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, jika demikian maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas (Imam Ghazali, 2005 :149).

Uji Multikolinearitas

Asumsi multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Uji ini merupakan bentuk pengujian untuk asumsi dalam analisis regresi berganda. Dalam penelitian ini, untuk melihat ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai tolerance dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi ($VIF = 1/tolerance$). Nilai tolerance yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai Tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Imam Ghazali, 2005 : 96).

Uji Heterokedastisitas

Asumsi heterokedastisitas adalah asumsi dalam regresi di mana varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam regresi, salah satu asumsi yang harus dipenuhi adalah bahwa varians

dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tidak memiliki pola tertentu. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan gejala heterokedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan homokedastisitas. Dalam penelitian ini, untuk melihat ada tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengindikasikan telah terjadi homokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka terjadi heterokedastisitas (Imam Ghazali, 2005 : 126).

3.8 Uji Goodness of Fit

Ketepatan fungsi regresi dalam menaksir nilai aktual dapat diukur dari *Goodness of Fit*-nya. Secara statistik, setidaknya ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Perhitungan statistik disebut signifikan secara statistik apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Sebaliknya disebut tidak signifikan bila uji statistiknya berada dalam daerah dimana H_0 diterima.

Uji t

Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara terpisah.

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian t-test di atas, yaitu:
 - $H_0 : b_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y .
 - $H_0 : b_i \neq 0$, artinya ada pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y .
2. Menentukan t tabel dan t hitung.
3. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% maka jika t hitung lebih kecil dari 0,05 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat.

Uji F

Digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yaitu apakah variabel X_1, X_2, X_3 secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y .

Kriteria untuk menguji hipotesis adalah :

1. Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test diatas, yaitu:
 - $H_0 : b_i = 0$, artinya tidak ada pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y .
 - $H_0 : b_i \neq 0$, artinya ada pengaruh X_1, X_2, X_3 terhadap Y .
2. Menentukan F tabel dan F hitung.
3. Dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5%, maka :

- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah suatu nilai yang menggambarkan seberapa besar perubahan atau variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh perubahan atau variasi dari variabel independen. Semakin tinggi nilai koefisien determinasi akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan perilaku variabel dependen.

BAB IV

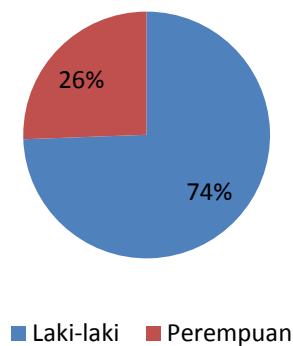
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Identitas Responden

4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diberikan kepada 90 orang pemilik usaha jasa mikro kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan, dapat diketahui bahwa jenis kelamin laki-laki lebih banyak yang membuka usaha sendiri atau berwiraswasta dibandingkan jenis kelamin perempuan. Dari 90 orang responden, 74% sampel adalah laki-laki dan sisanya 26% adalah perempuan yang berwiraswasta. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan jenis kelaminnya :

Gambar 4.1
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



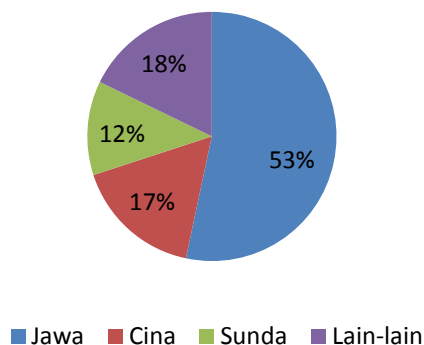
Laki-laki adalah tulang punggung keluarga, sehingga mereka akan berusaha untuk memenuhi tanggung jawabnya tersebut. Dewasa ini besarnya lapangan usaha

tidak sebanding dengan besarnya pencari kerja, oleh karenanya orang akan semakin susah untuk memperoleh pekerjaan. Untuk mengatasi hal tersebut, laki-laki yang merupakan tulang punggung keluarga mencoba untuk berwiraswasta dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Oleh karenanya, sebanyak 74% responden penelitian ini berjenis kelamin laki-laki.

4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Etnis

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada para pemilik usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Undip Pleburan didapatkan gambaran umum bahwa pemilik usaha tersebut rata-rata berasal dari etnis jawa yakni 53% dari 90 responden, kemudian etnis cina sebanyak 17%, etnis sunda 12%, dan etnis lainnya yang berasal dari luar pulau jawa sebanyak 18%. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan etnis pemiliknya :

Gambar 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Etnis

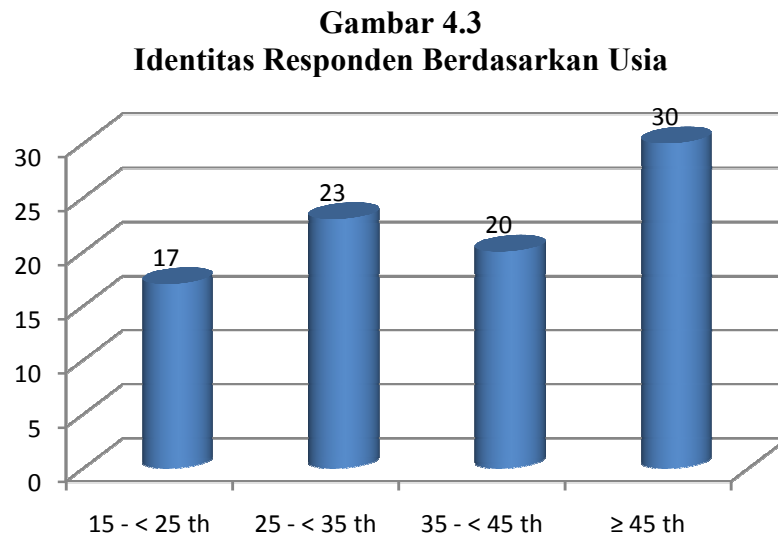


Sumber : Lampiran B

Kebanyakan responden adalah orang semarang asli, sehingga kebanyakan dari responden beretnis jawa. Namun, terdapat pula beberapa pemilik usaha yang beretnis lain yang merupakan orang-orang yang merantau ke Semarang, misalnya etnis sunda, minang, dan batak.

4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia

Dari Gambar 4.3 di bawah ini diketahui bahwa sebesar 30 responden (33,3%) berusia di atas 45 tahun, yang merupakan jumlah terbesar. Sedangkan jumlah persentase terkecil yakni 17 responden (18,8%) berusia antara 15 hingga 24 tahun. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan usia pemiliknya:



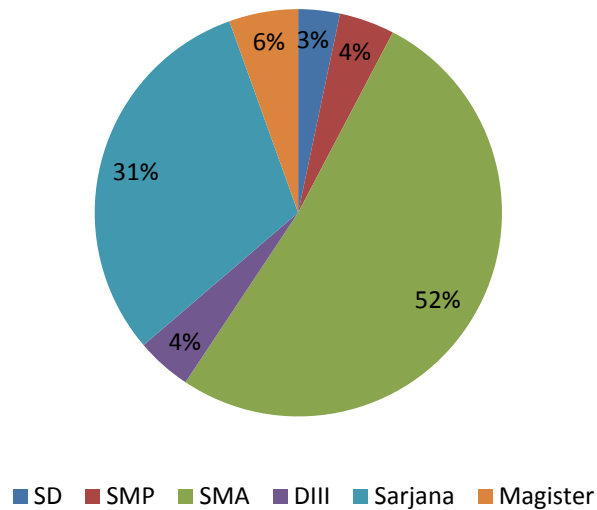
Sumber : Lampiran B

Kebanyakan responden berusia ≥ 45 th, hal ini dikarenakan pada usai tersebut responden telah mencapai usia dewasa dan berkeluarga. Untuk melaksanakan tanggung jawab dalam memberi nafkah terhadap keluarga, maka responden membuka usaha sendiri dengan memilih lokasi usaha di sekitar kampus Undip Pleburan.

4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 90 responden, dapat diketahui identitas responden berdasarkan tingkat pendidikan. Gambar 4.4 menunjukkan rata-rata pemilik usaha jasa mikro kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan Semarang adalah lulusan SMA yakni sebanyak 52% dari 90 responden, lulusan Sarjana sebanyak 31%, Magister 6%, lulusan DIII dan SMP masing-masing 4%, dan lulusan SD sebanyak 3% dari 90 responden.

Gambar 4.4
Identitas Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan



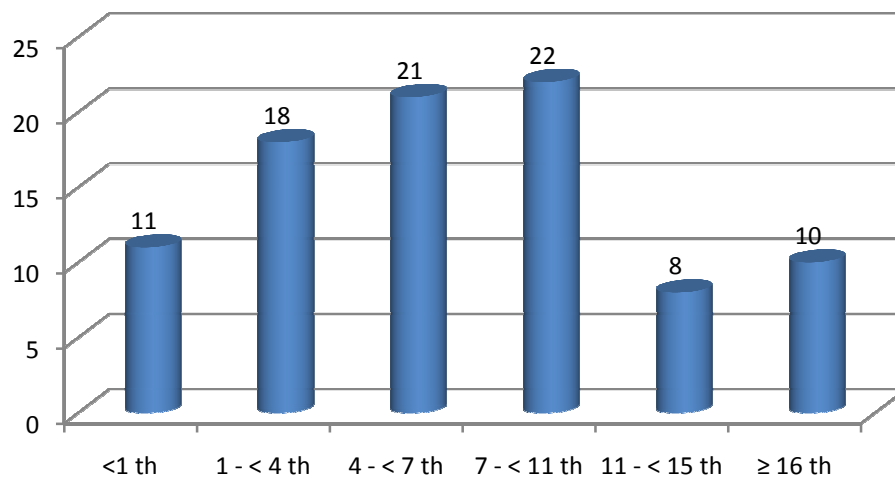
Sumber : Lampiran B

Kebanyakan dari pemilik usaha jasa yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan adalah lulusan SMA. Hal ini dikarenakan, kebanyakan responden berasal dari keluarga yang tidak begitu mementingkan pendidikan, sehingga setelah lulus SMA responden langsung mencari pekerjaan untuk membantu perekonomian keluarga. Beberapa dari responden memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi yakni lulusan sarjana dan magister. Bagi lulusan sarjana dan magister memiliki usaha sendiri lebih merupakan pekerjaan sampingan, yang dapat memberikan penghasilan tambahan serta dapat memberikan lapangan pekerjaan bagi orang lain.

4.1.5 Identitas Responden Berdasarkan Lama Waktu Usaha

Berikut data responden berdasarkan lamanya waktu usaha jasa yang dimilikinya berdiri. Dari gambar berikut dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yakni sebanyak 22 responden (24%) telah memulai usahanya antara 7 hingga < 10 tahun yang lalu. Sedangkan jumlah terkecil yakni 8 responden (8%) memulai usahanya antara 11 hingga < 15 tahun yang lalu.

Gambar 4.5
Identitas Responden Berdasarkan Lama Berdirinya Usaha



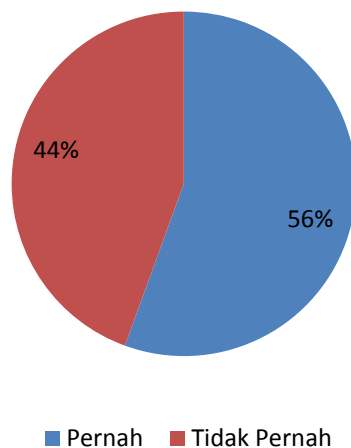
Sumber : Lampiran B

Semenjak didirikan, Undip merupakan magnet yang menarik pemilik usaha untuk mendirikan usaha jasa di sekitarnya karena para pemilik usaha tersebut menyadari Undip merupakan pasar yang potensial bagi usaha jasanya. Potensi pasar yang besar tersebutlah yang dapat terus memberikan keuntungan bagi usaha jasa yang berada di skitar kampus Undip Pleburan, sehingga usaha-usaha jasa tersebut dapat bertahan lebih dari 7 tahun.

4.1.6 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya

Dari gambar 4.6 dapat diketahui bahwa 56% dari 90 responden pernah membuka usaha lain sebelumnya, sedangkan 44% sisanya belum pernah membuka usaha lain sebelumnya. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan pengalaman dalam membuka usaha sebelum usahanya kini yang berada disekitar Undip Pleburan Semarang:

Gambar 4.6
Identitas Responden Berdasarkan Pernah/Tidaknya Membuka Usaha Lain Sebelumnya



Sumber : Lampiran B

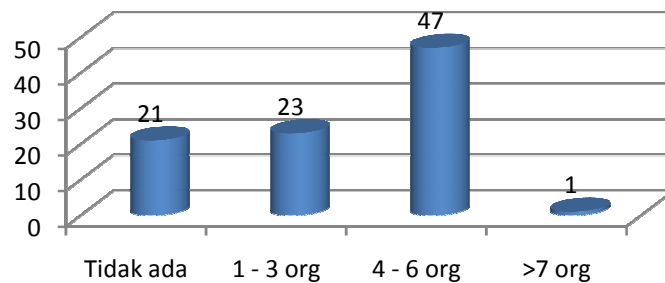
Sebelum memiliki usaha jasa yang berlokasi di sekitar kampus Undip Pleburan, kebanyakan responden pernah membuka usaha lain. Namun, beberapa responden mengalami kebangkrutan dalam menjalankan usahanya yang disebabkan oleh banyak faktor yang menyebabkan usahanya harus ditutup. Akan tetapi, ada juga beberapa dari responden memiliki usaha yang berjalan lancar dan telah sukses,

sehingga membuatnya termotivasi untuk membuka usaha baru dibidang jasa dengan memilih lokasi di sekitar kampus Undip Pleburan.

4.1.7 Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki

Dari gambar di bawah dapat diketahui bahwa mayoritas responden yakni 47 responden (52%) memiliki karyawan antara 4 hingga < 6 orang dalam membantunya menjalankan usaha, dan hanya ada 1 responden (1%) yang memiliki karyawan lebih dari 7 orang. Berikut ini adalah gambar yang menunjukkan jumlah responden berdasarkan jumlah karyawan yang dimilikinya:

Gambar 4.7
Identitas Responden Berdasarkan Jumlah Karyawan yang Dimiliki



Sumber : Lampiran B

Kebanyakan responden memiliki pegawai sebanyak 4-6 orang dalam membantunya menjalankan usahanya. Usaha jasa yang berada disekitar kampus Undip Pleburan merupakan usaha mikro-kecil sehingga tidak memerlukan banyak karyawan (*non labor intensive*). Karyawan yang terlalu banyak akan membuat usaha

berjalan secara tidak efisien karena menambah beban operasional usaha yang akan menghambat pencapaian sukses usaha tersebut.

4.2 Tanggapan Responden Mengenai Faktor-faktor yang Menjadi Pertimbangan Pemilihan Lokasi

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah diberikan kepada 90 responden, maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap faktor-faktor yang menjadi pertimbangan pemilihan lokasi. Untuk mendapatkan gambaran mengenai derajat persepsi responden dan meminimalisir adanya bias maka akan digunakan analisis angka indeks. Dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*Three-box Method*), maka rentang sebesar 0,3 akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks sebagai berikut :

0,1 – 0,40 = Tidak penting

0,41 – 0,70 = Netral

0,71 – 1,0 = Penting

Berikut adalah analisis indeks untuk masing-masing variabel independen beserta indikatornya :

Tabel 4.1
Tanggapan Responden Terhadap Kedekatan dengan Infrastruktur Dalam
Memilih Lokasi Usaha Jasa

Indikator Kedekatan dengan Infrastruktur	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Kedekatan dengan Infrastruktur					Indeks Kedekatan dengan Infrastruktur
	1	2	3	4	5	
Ketersediaan listrik	0/90	0/90	26/90	25/90	39/90	0,83
Ketersediaan air	0/90	0/90	24/90	41/90	25/90	0,802
Ada/tidaknya akses jalan beraspal	0/90	5/90	31/90	30/90	24/90	0,746
Ketersediaan lahan parkir	0/90	13/90	25/90	28/90	24/90	0,732
Tingkat keamanan	0/90	8/90	22/90	30/90	30/90	0,776
Total						0,777

Angka indeks di atas diperoleh dari perhitungan sebagai berikut :

Indeks Ketersediaan listrik

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (0/90)) + (3 \times (26/90)) + (4 \times (25/90)) + (5 \times (39/90))) / 5 = 0,83$$

Indeks Ketersediaan air

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (0/90)) + (3 \times (24/90)) + (4 \times (41/90)) + (5 \times (25/90))) / 5 = 0,802$$

Indeks Akses Jalan

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (5/90)) + (3 \times (31/90)) + (4 \times (30/90)) + (5 \times (24/90))) / 5 = 0,746$$

Indeks Ketersediaan lahan parkir

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (13/90)) + (3 \times (25/90)) + (4 \times (28/90)) + (5 \times (24/90))) / 5 = 0,732$$

Indeks Tingkat keamanan

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (8/90)) + (3 \times (22/90)) + (4 \times (30/90)) + (5 \times (30/90))) / 5 = 0,776$$

Atas dasar kelima indeks diatas maka dapat dihitung indeks kedekatan dengan infrastruktur sebagai berikut :

$$\begin{aligned}\text{Indeks Kedekatan dengan infrastruktur} &= (0,83+0,802+0,746+0,732+0,776)/5 \\ &= 0,777\end{aligned}$$

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa ketersediaan listrik dalam memilih lokasi usaha adalah penting yaitu sebesar 0,83. Hal ini dikarenakan listrik merupakan kebutuhan utama usaha-usaha jasa tersebut. Oleh karena itu, ketersediaan listrik merupakan hal yang sangat penting bagi usaha-usaha tersebut. Ketersediaan air dalam memilih lokasi usaha juga penting yakni dengan nilai indeks sebesar 0,802. Dengan demikian, dapat disimpulkan ketersediaan air merupakan hal yang penting bagi usaha-usaha jasa disekitar kampus Undip Pleburan, kebutuhan akan air selain digunakan dalam menjalankan kegiatan usaha juga digunakan untuk kebutuhan kamar mandi, membersihkan tempat usaha, mencuci tangan, berwudhu, dan kebutuhan lainnya. Akses jalan beraspal dan ketersediaan lahan parkir dalam memilih lokasi usaha jasa juga penting yakni dengan nilai indeks masing-masing sebesar 0,746 dan 0,732. Tingkat keamanan adalah penting dengan nilai indeks 0,776. Tingkat keamanan yang bagus di lokasi usaha mendukung lancarnya kegiatan usaha, lokasi usaha yang aman juga memberikan kenyamanan bagi konsumen usaha tersebut. Oleh karenanya pemilik usaha sangat mempertimbangkan tingkat keamanan dalam memilih lokasi usahanya. Secara keseluruhan, kedekatan dengan infrastruktur dalam memilih lokasi usaha jasa adalah penting yakni dengan nilai indeks total 0,777.

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Terhadap Lingkungan Bisnis Dalam Memilih Lokasi Usaha Jasa

Indikator Lingkungan bisnis	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Lingkungan bisnis					Indeks Lingkungan bisnis
	1	2	3	4	5	
Kedekatan dengan bisnis jasa lain	0/90	0/90	38/90	41/90	11/90	0,74
Kedekatan dengan konsumen	0/90	0/90	19/90	47/90	24/90	0,804
Kedekatan dengan pesaing	0/90	2/90	48/90	29/90	11/90	0,708
Kedekatan dengan supplier	0/90	4/90	35/90	36/90	15/90	0,736
Kelengkapan peralatan/perlengkapan	2/90	4/90	47/90	23/90	14/90	0,694
Total						0,736

Angka indeks di atas diperoleh dari perhitungan sebagai berikut :

Indeks Kedekatan dengan Bisnis jasa lain

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (0/90)) + (3 \times (38/90)) + (4 \times (41/90)) + (5 \times (11/90))) / 5 = 0,74$$

Indeks Kedekatan dengan konsumen

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (0/90)) + (3 \times (19/90)) + (4 \times (47/90)) + (5 \times (24/90))) / 5 = 0,804$$

Indeks Kedekatan dengan pesaing

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (2/90)) + (3 \times (48/90)) + (4 \times (29/90)) + (5 \times (11/90))) / 5 = 0,708$$

Indeks Kedekatan dengan supplier

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (4/90)) + (3 \times (35/90)) + (4 \times (36/90)) + (5 \times (15/90))) / 5 = 0,736$$

Indeks Kelengkapan peralatan/perlengkapan

$$= ((1 \times (2/90)) + (2 \times (4/90)) + (3 \times (47/90)) + (4 \times (23/90)) + (5 \times (14/90))) / 5 = 0,694$$

Atas dasar kelima indeks diatas maka dapat dihitung indeks lingkungan bisnis sebagai berikut :

$$\text{Indeks Lingkungan bisnis} = (0,74 + 0,804 + 0,708 + 0,736 + 0,694) / 5 = 0,736$$

Tabel 4.2 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel lingkungan bisnis. Dari kelima indikator terdapat 2 indikator yang memiliki indeks netral sebesar 0,708 dan 0,694 yaitu kedekatan dengan pesaing dan kelengkapan peralatan/perlengkapan. Hal ini disebabkan lokasi usaha yang strategis tentunya akan menarik banyak pemilik usaha untuk memilih tempat tersebut, maka bukan hal aneh jika banyak pemilik usaha jasa yang bergerak dalam bidang yang sama memilih lokasi usaha di sekitar kampus Undip Pleburan yang lokasinya strategis dan memiliki pasar potensial yang besar, sehingga mau tidak mau antar satu usaha dengan pesaingnya memiliki lokasi usaha yang berdekatan. Peralatan/perlengkapan merupakan sarana penunjang jalannya kegiatan usaha, sudah seharusnya pemilik usaha memiliki peralatan/perlengkapan usaha yang lengkap. Ketiga indikator lainnya memiliki nilai indeks penting, kedekatan dengan bisnis jasa lain sebesar 0,74, kedekatan dengan konsumen 0,804, dan kedekatan dengan supplier 0,736. Secara keseluruhan, tanggapan responden terhadap lingkungan bisnis dalam memilih lokasi usahanya adalah penting yakni dengan nilai indeks total 0,736.

Tabel 4.3
Tanggapan Responden Terhadap Biaya Lokasi Dalam Memilih Lokasi Usaha Jasa

Indikator Biaya lokasi	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai Biaya lokasi					Indeks Biaya lokasi
	1	2	3	4	5	
Harga sewa tempat usaha	0/90	2/90	36/90	34/90	18/90	0,75
Ada/tidaknya biaya renovasi	0/90	1/90	41/90	36/90	12/90	0,732
Ada/tidaknya insentif dari pemilik bangunan	0/90	9/90	42/90	26/90	13/90	0,696
Tingkat suku bunga	0/90	20/90	60/90	4/90	6/90	0,582
Besarnya pajak	0/90	9/90	43/90	27/90	11/90	0,688
Total						0,689

Angka indeks di atas diperoleh dari perhitungan sebagai berikut :

Indeks Harga sewa tempat usaha

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (2/90)) + (3 \times (36/90)) + (4 \times (34/90)) + (5 \times (18/90))) / 5 = 0,75$$

Indeks Ada/tidaknya biaya renovasi

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (1/90)) + (3 \times (41/90)) + (4 \times (36/90)) + (5 \times (12/90))) / 5 = 0,732$$

Indeks Ada/tidaknya insentif pemilik bangunan

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (9/90)) + (3 \times (42/90)) + (4 \times (26/90)) + (5 \times (13/90))) / 5 = 0,696$$

Indeks Tingkat suku bunga

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (20/90)) + (3 \times (60/90)) + (4 \times (4/90)) + (5 \times (6/90))) / 5 = 0,582$$

Indeks Besarnya pajak

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (9/90)) + (3 \times (43/90)) + (4 \times (27/90)) + (5 \times (11/90))) / 5 = 0,688$$

Atas dasar kelima indeks diatas maka dapat dihitung indeks biaya lokasi sebagai berikut :

$$\text{Indeks Biaya lokasi} = (0,75+0,732+0,696+0,582+0,688)/5 = 0,689$$

Tabel 4.3 menunjukkan tanggapan responden terhadap variabel biaya lokasi. Nilai indeks harga sewa tempat usaha adalah penting yakni 0,75. Salah satu penentu biaya adalah harga sewa tempat usaha karena berhubungan dengan modal awal yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha yang nantinya akan berdampak pada kecepatan mencapai BEP (*break even point*) usaha. Meskipun demikian harga sewa tempat usaha tidak menjadi masalah besar selama lokasinya berada di tempat yang strategis. Nilai indeks ada/tidaknya biaya renovasi adalah penting yakni 0,732. Tempat usaha harus direnovasi sedemikian rupa, dibuat nyaman mungkin sehingga konsumen dan karyawan betah untuk berada di dalamnya. Nilai indeks ada/tidaknya insentif pemilik bangunan adalah sebesar 0,696. Insentif dan kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh pemilik bangunan sebaiknya dipertimbangkan oleh pemilik usaha ketika akan menyewa suatu bangunan sebagai tempat usahanya. Oleh karenanya, sebaiknya pemilik usaha dan pemilik bangunan membuat suatu kesepakatan dalam sewa menyewa yang menguntungkan kedua belah pihak. Nilai indeks tingkat suku bunga adalah sebesar 0,582 (netral). Hal ini dikarenakan dalam menjalankan usahanya pemilik tidak melakukan pinjaman kepada bank, sehingga perubahan suku bunga tidak berpengaruh terhadap usaha mereka. Nilai indeks besarnya pajak adalah sebesar 0,688 (netral). Pajak merupakan suatu kewajiban bagi setiap wajib pajak dan usaha komersil. Di mana pun lokasi usaha berada akan tetap terkena pajak. Oleh karena itu,

pemilik usaha tidak terlalu mempertimbangkan besarnya pajak dalam memilih lokasi usahanya. Dari kelima nilai indeks indikator biaya lokasi, dihasilkan nilai indeks total biaya lokasi sebesar 0,689, dimana tanggapan responden terhadap biaya lokasi dalam memilih lokasi usaha adalah netral. Hal ini dikarenakan bagi pemilik usaha jasa besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha yang strategis adalah tidak mengapa, selama lokasi usaha tersebut dapat mengantarkan usaha jasa tersebut pada kesuksesan.

Untuk variabel kesuksesan usaha kriteria tiga kotak (*Three-box Method*) sebagai dasar interpretasi nilai indeks yang digunakan adalah sebagai berikut :

0,1 – 0,40 = Tidak setuju

0,41 – 0,70 = Netral

0,71 – 1,0 = Setuju

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa yang Dimilikinya

Indikator	Frekuensi Jawaban Responden Mengenai					Indeks
Kesuksesan usaha	Kesuksesan usahanya					Kesuksesan usaha
	1	2	3	4	5	
Tingkat kedatangan pelanggan/hari	0/90	0/90	20/90	38/90	32/90	0,828
Pertumbuhan laba bersih	0/90	4/90	21/90	38/90	27/90	0,794
Waktu tercapainya BEP	0/90	10/90	50/90	15/90	15/90	0,678
ROI usaha	0/90	23/90	45/90	18/90	4/90	0,606
Pencapaian <i>real profit</i> usaha	0/90	10/90	41/90	22/90	17/90	0,702
Total						0,722

Angka indeks di atas diperoleh dari perhitungan sebagai berikut :

Indeks Tingkat kedatangan Pelanggan/hari

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (0/90)) + (3 \times (20/90)) + (4 \times (38/90)) + (5 \times (32/90))) / 5 = 0,828$$

Indeks Pertumbuhan laba bersih

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (4/90)) + (3 \times (21/90)) + (4 \times (38/90)) + (5 \times (27/90))) / 5 = 0,794$$

Indeks Waktu tercapainya BEP

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (10/90)) + (3 \times (50/90)) + (4 \times (15/90)) + (5 \times (15/90))) / 5 = 0,678$$

Indeks ROI usaha

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (23/90)) + (3 \times (45/90)) + (4 \times (18/90)) + (5 \times (4/90))) / 5 = 0,606$$

Indeks Pencapaian *real profit* usaha

$$= ((1 \times (0/90)) + (2 \times (10/90)) + (3 \times (41/90)) + (4 \times (22/90)) + (5 \times (17/90))) / 5 = 0,606$$

Atas dasar kelima indeks diatas maka dapat dihitung indeks kesuksesan usaha sebagai berikut :

$$\text{Indeks Kesuksesan usaha} = (0,828+0,794+0,678+0,606+0,702)/5 = 0,722$$

Tabel 4.4 menunjukkan bahwa lokasi usaha yang dipilih oleh pemilik usaha dengan mempertimbangkan faktor-faktor pemilihan lokasi yakni kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi memiliki tingkat kedatangan pelanggan yang meningkat tiap harinya, tanggapan responden terhadap tingkat kedatangan pelanggan adalah setuju yaitu sebesar 0,828. Hal ini berarti keputusan lokasi yang dilakukan pemilik tepat, lokasi usaha berada di tempat yang strategis sehingga memudahkan konsumen datang ke tempat usahanya. Responden setuju bahwa pertumbuhan laba bersih usahanya tiap bulan meningkat, dengan nilai indeks sebesar 0,794. Lokasi usaha yang strategis memudahkan konsumen datang ke tempat usaha, tingkat kedatangan pelanggan pun meningkat yang pada akhirnya meningkatkan laba bersih usaha. Tanggapan responden terhadap waktu tercapainya BEP, ROI usaha, dan *real profit* usaha adalah netral, dengan masing-masing nilai indeks waktu tercapainya BEP sebesar 0,678, ROI usaha sebesar 0,606, dan pencapaian *real profit* usaha sebesar 0,702. Waktu pencapaian BEP berbeda untuk masing-masing jenis usaha, tergantung pada jenis usaha dan modal awal yang dikeluarkan ketika pertama kali memulai usaha. Namun usaha yang sukses adalah usaha yang mampu mencapai BEP lebih cepat daripada rata-rata waktu yang dibutuhkan oleh usaha lain yang sejenis. Rata-rata waktu pencapaian BEP untuk masing-masing usaha yang sejenis adalah sama, oleh karenanya tanggapan responden

adalah netral. Rata-rata usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Undip Pleburan memiliki tingkat efisiensi penggunaan modal yang sama untuk masing-masing jenis usaha. Rata-rata keuntungan yang diperoleh dan biaya operasional yang dikeluarkan hampir sama sehingga responden menyatakan netral terhadap tingkat ROI usahanya. Real profit adalah tunai yang tersisa setelah upah yang dikeluarkan. Pada tahap ini usaha yang dijalankan tidak hanya memberikan upah atas waktu yang telah dikeluarkan, tetapi juga mengembalikan semua yang telah diinvestasikan dan memberikan penghasilan bagi pemilik usaha diluar hutang atau pajak penghasilan. Rata-rata responden menyatakan netral atas pencapaian real profit usahanya, hal ini dikarenakan rata-rata responden belum mencapai *real profit* dalam usahanya. Meskipun, rata-rata responden baru mencapai 2 dari 5 indikator kesuksesan usaha namun responden setuju bahwa dengan memilih lokasi usaha disekitar kampus Undip Pleburan, usaha yang dijalanannya telah sukses dengan nilai indeks total kesuksesan usaha adalah sebesar 0,722.

4.3 Analisis Data dan Pembahasan

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner betul-betul dapat

mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2005). Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi dari *pearson*, yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan df dengan rumus $df = n - 2$, dimana n = jumlah sampel. Jadi df yang digunakan adalah $90 - 2 = 88$. Dengan Alpha sebesar 5%, maka menghasilkan nilai r tabel (uji dua sisi) sebesar 0,207.

Adapun kaidah yang berlaku dalam pengujian validitas adalah:

- Jika $\text{sig} > 0,05$, maka butir pertanyaan tidak valid
- Jika $\text{sig} \leq 0,05$, maka butir pertanyaan valid.

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh hasil uji validitas dari tiap-tiap pertanyaan yang tampak pada tabel 4.5 berikut ini.

Tabel 4.5
Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	P value	Keterangan
X1	1	0,739	0,000	Valid
	2	0,488	0,000	Valid
	3	0,666	0,000	Valid
	4	0,782	0,000	Valid
	5	0,759	0,000	Valid
X2	6	0,678	0,000	Valid
	7	0,611	0,000	Valid
	8	0,586	0,000	Valid
	9	0,677	0,000	Valid
	10	0,718	0,000	Valid
X3	11	0,583	0,000	Valid
	12	0,660	0,000	Valid
	13	0,631	0,000	Valid
	14	0,800	0,000	Valid
	15	0,651	0,000	Valid
Y	16	0,587	0,000	Valid
	17	0,647	0,000	Valid
	18	0,587	0,000	Valid
	19	0,598	0,000	Valid
	20	0,700	0,000	Valid

Sumber : Lampiran D

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.21, diketahui bahwa nilai r hitung dari semua indikator lebih besar dari nilai r tabelnya (0,207). Probabilitas kesalahan (sig)

dari tiap-tiap indikator semuanya di bawah 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu data yang berasal dari kuesioner perlu dilakukan uji reliabilitas. Data tersebut dinyatakan reliabel jika memiliki $\text{Alpha} > 0,6$, dan jika nilai $\text{Alpha} < 0,6$ maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel. Berikut adalah tabel pengujian reliabilitas.

Tabel 4.6
Pengujian Reliabilitas

Variabel	R Hitung	Alpha	Keterangan
Kedekatan dengan Infrastruktur (X_1)	0,72	0,6	Reliabel
Lingkungan Bisnis (X_2)	0,667	0,6	Reliabel
Biaya Lokasi (X_3)	0,685	0,6	Reliabel
Kesuksesan Usaha (Y)	0,61	0,6	Reliabel

Sumber : Lampiran D

Tabel di atas menunjukkan bahwa variabel Kedekatan dengan Infrastruktur (X_1) memiliki nilai Alpha 0,72, variabel Lingkungan Bisnis (X_2) memiliki nilai Alpha 0,667, variabel Biaya Lokasi (X_3) memiliki nilai Alpha 0,685, dan variabel Kesuksesan Usaha (Y) memiliki nilai Alpha 0,61. Dari hasil tersebut, tampak bahwa semua variabel memiliki nilai $\text{Alpha} > 0,6$. Hal ini berarti bahwa semua variabel adalah reliabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

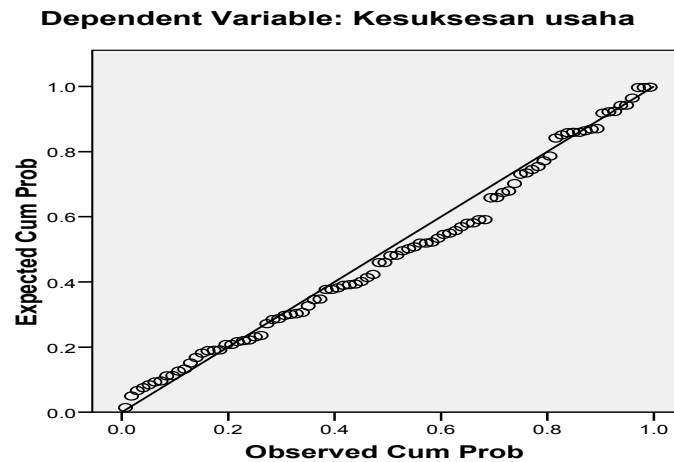
1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Untuk mengetahui bentuk distribusi data dapat menggunakan grafik distribusi dan analisis statistik. Data yang terdistribusi secara normal dapat dilihat melalui grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal, dapat juga dengan melihat normal probability plot pada scatter plot. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal, jika demikian maka data tersebut memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan analisis statistik menggunakan analisis keruncingan dan kemencengan kurva dengan indikator keruncingan (kurtosis) dan kemencengan (skewness). Berikut Gambar 4.8 yang memperlihatkan grafik *scatter plot* uji normalitas.

Berdasarkan grafik *scatter plot* di bawah ini menunjukkan bahwa semua data yang ada berdistribusi normal. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk memprediksi pengaruh pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha.

Gambar 4.8
Grafik *Scatter Plot* Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residu



Sumber : Lampiran E

2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Deteksi multikolinearitas dengan melihat *tolerance* dan lawannya VIF. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi ($VIF=1/tolerance$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Berikut adalah tabel hasil pengujian multikolinearitas.

Tabel 4.7
Uji Multikolinearitas

MODEL	COLLINEARITY	
	STATISTICS	
	TOLERANCE	VIF
X1 (Kedekatan dengan infrastruktur)	0,414	2,417
X2 (Lingkungan bisnis)	0,557	1,795
X3 (Biaya lokasi)	0,456	2,193

Sumber : Lampiran E

Dari tabel diatas tampak bahwa nilai *tolerance* variabel bebas tidak ada yang kurang dari 0,10 berarti tidak ada korelasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 0,95. Nilai VIF menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai lebih dari 10. Sehingga, disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

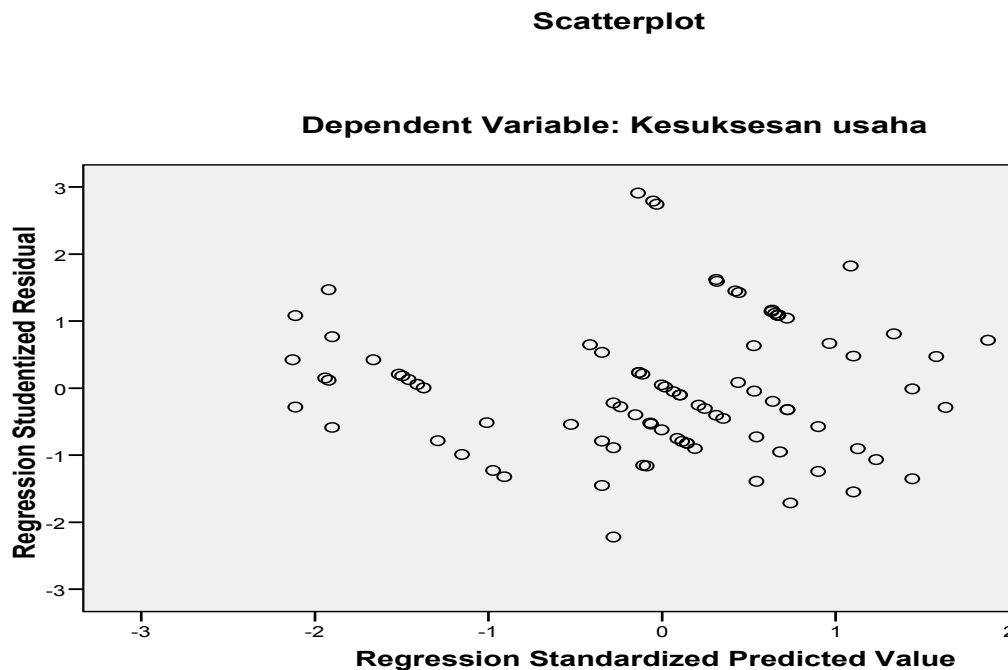
3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi varians dari residual tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar satu varians dari residual. Gejala varians yang tidak sama ini disebut dengan gejala heterokedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain disebut dengan homokedastisitas.

Dalam penelitian ini digunakan grafik plot antara nilai prediksi variabel bebas (ZPRED) dan residualnya (SRESID). Kriteria pengambilan keputusan

dilakukan jika ada pola tertentu, maka dalam model regresi diduga terdapat masalah heterokedastisitas, dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka pada sumbu Y maka tidak terjadi heterokedastisitas. Pada gambar 4.9 memperlihatkan grafik plot uji heteokedastisitas.

Gambar 4.9
Grafik Plot Uji Heterokedastisitas



Sumber : Lampiran E

Dari grafik plot uji heterokedastisitas di atas tampak bahwa titik-titik menyebar di atas dan di bawah 0 (nol) serta tidak terdapat pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model regresi dalam penelitian ini memenuhi syarat uji asumsi klasik.

4.3.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi) terhadap variabel terikat yaitu kesuksesan usaha (Y). Hasil persamaan model regresi berganda ditunjukkan tabel berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Berganda
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	1,724	1,290		1,337	,185
Kedekatan dengan infrastruktur	,184	,081	,219	2,276	,025
Lingkungan bisnis	,227	,087	,217	2,617	,010
Biaya lokasi	,489	,092	,488	5,326	,000

a. Dependent Variable: Kesuksesan usaha

Sumber : Lampiran F

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dengan menggunakan Standardized Coefficients, hasil analisis regresi dapat ditulis dalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,219X_1 + 0,217X_2 + 0,488X_3$$

Dari persamaan tersebut tampak masing-masing variabel independen memiliki koefisien regresi dengan tanda positif (+), artinya kenaikan variabel independen akan diikuti oleh kenaikan variabel dependen. Dari tabel di atas tampak bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling besar dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha adalah biaya lokasi dengan nilai beta 0,488. Variabel

kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh sebesar 0,219 dan yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel lingkungan bisnis yakni sebesar 0,217.

4.3.4 Uji Goodness of Fit

1. Uji t

Uji t yang digunakan adalah secara individu (parsial) yaitu suatu pengujian terhadap pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

Berikut adalah tabel hasil Uji t.

Tabel 4.9
Hasil Uji t
Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	1,724	1,290		1,337	,185
Kedekatan dengan infrastruktur	,184	,081	,219	2,276	,025
Lingkungan bisnis	,227	,087	,217	2,617	,010
Biaya lokasi	,489	,092	,488	5,326	,000

a. Dependent Variable: Kesuksesan usaha

Sumber : Lampiran F

Hasil uji t pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa semua variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Berikut adalah penjelasan dari tabel 4.9 :

1. Variabel kedekatan dengan infrastruktur memiliki probabilitas signifikansi 0,025, karena probabilitas signifikansinya kurang dari 5%

($0,025 < 0,05$) maka disimpulkan bahwa variabel kedekatan dengan infrastruktur secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.

2. Variabel lingkungan bisnis memiliki probabilitas signifikansi 0,010, karena probabilitas signifikansinya kurang dari 5% ($0,010 < 0,05$) maka disimpulkan bahwa variabel lingkungan bisnis secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.
3. Variabel biaya lokasi memiliki probabilitas signifikansi 0,000, karena probabilitas signifikansinya kurang dari 5% ($0,000 < 0,05$) maka disimpulkan bahwa variabel biaya lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi) berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (kesuksesan usaha). Kriteria untuk menguji hipotesis tersebut adalah :

Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima.

Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Tabel 4.10
Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407,791	3	135,930	58,506	,000(a)
	Residual	199,809	86	2,323		
	Total	607,600	89			

a Predictors: (Constant), Biaya lokasi, Lingkungan bisnis, Kedekatan dengan infrastruktur

b Dependent Variable: Kesuksesan usaha

Sumber : Lampiran F

Dari hasil uji ANOVA atau uji F pada tabel 4.10 didapatkan F_{hitung} sebesar 58,506 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansi tersebut kurang dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kesuksesan usaha (Y) atau dikatakan bahwa variabel kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Y.

3. Koefisien Determinasi

Dalam analisis regresi linier berganda salah satu uji hipotesis yang harus dilakukan adalah mengukur besarnya koefisien determinasi (R^2). Jika R^2 yang diperoleh mendekati 1 (satu) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Sebaliknya, jika R^2 mendekati 0 (nol) maka semakin lemah model tersebut dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah tabel hasil pengukuran koefisien determinasi.

Tabel 4.11
Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819(a)	,671	,660	1,524

a Predictors: (Constant), Biaya lokasi, Lingkungan bisnis, Kedekatan dengan infrastruktur

b Dependent Variable: Kesuksesan usaha

Sumber : Lampiran F

Dari tampilan di atas, tampak bahwa besarnya *Adjusted R²* adalah 0,660. Hal ini berarti bahwa 66% variasi kesuksesan usaha dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yakni Kedekatan dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, dan Biaya Lokasi, sedangkan 44% lainnya dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model.

4.4 Pembahasan

4.4.1 Variabel Kedekatan dengan Infrastruktur (X₁)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi untuk variabel X₁ yaitu b₁ sebesar 0,219 dengan signifikansi 0,025. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel kedekatan dengan infrastruktur X₁ memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha (Y). Hal ini berarti pengaruh variabel X₁ terhadap Y adalah searah dan bermakna. Dimana setiap variabel X₁

meningkat, maka akan diikuti peningkatan Y, begitu pula sebaliknya apabila variabel X_1 turun, maka akan diikuti penurunan Y.

Variabel kedekatan dengan infrastruktur merupakan salah satu pertimbangan pemilik dalam memilih lokasi usaha. Kedekatan dengan infrastruktur penting dipertimbangkan oleh pemilik usaha dalam memilih lokasi usahanya, karena selain infrastruktur tersebut menjadi penunjang jalannya kegiatan bisnis, misalnya usaha fotocopy memerlukan listrik dalam melakukan kegiatan usahanya apabila listrik padam maka otomatis usaha fotocopy tidak dapat berjalan. Selain itu kedekatan dengan infrastruktur juga berpengaruh terhadap kesuksesan usaha.

4.4.2 Variabel Lingkungan Bisnis (X_2)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi untuk variabel X_2 yaitu b_2 sebesar 0,217 dengan signifikansi 0,010. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel lingkungan bisnis X_2 memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha (Y). Hal ini berarti pengaruh variabel X_2 terhadap Y adalah searah dan bermakna. Dimana setiap variabel X_2 meningkat, maka akan diikuti peningkatan Y, begitu pula sebaliknya apabila variabel X_2 turun, maka akan diikuti penurunan Y.

Meskipun pengaruh lingkungan bisnis terhadap kesuksesan usaha dalam penelitian ini paling lemah, namun lingkungan bisnis tetap menjadi pertimbangan pemilik dalam menentukan lokasi usahanya. Misalnya, kedekatan dengan bisnis jasa

lain untuk menambah relasi usaha dan saling bersinergi, kedekatan dengan konsumen yang merupakan target utama usaha jasa, kedekatan dengan pesaing untuk saling berkompetisi secara sehat dalam mengembangkan usaha, perlunya kedekatan dengan supplier untuk menjaga kepercayaan, dan perlunya peralatan/perlengkapan produksi yang memadai untuk memaksimalkan jalannya kegiatan usaha sehingga dapat mencapai kesuksesan usaha yang diinginkan oleh pemilik. Oleh karena itu, perlu pemilik usaha harus mempertimbangkan lingkungan bisnis dalam menentukan lokasi usahanya.

4.4.3 Variabel Biaya Lokasi (X_3)

Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh koefisien regresi untuk variabel X_3 yaitu b_3 sebesar 0,488 dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat dijelaskan bahwa variabel biaya lokasi X_3 memberikan pengaruh yang positif dan merupakan variabel yang memiliki pengaruh positif dan signifikan serta paling besar pengaruhnya dibanding variabel independen lainnya. Hal ini berarti pengaruh variabel X_3 terhadap Y adalah searah dan bermakna. Dimana setiap variabel X_1 meningkat, maka akan diikuti peningkatan Y , begitu pula sebaliknya apabila variabel X_3 turun, maka akan diikuti penurunan Y .

Variabel Biaya Lokasi memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kesuksesan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun biaya yang harus dikeluarkan untuk memperoleh lokasi yang strategis adalah mahal pemilik usaha

tetap memilih lokasi tersebut karena letaknya yang dekat dengan konsumen, dekat dengan infrastruktur dan fasilitas-fasilitas lainnya, sehingga mendukung kelancaran jalannya kegiatan usaha. Usaha yang dapat berjalan lancar maka akan dengan mudah mencapai kesuksesan. Namun pemilik harus tetap memperhatikan biaya untuk memperoleh lokasi yang strategis karena berhubungan dengan investasi awal usahanya.

4.4.4 Pengaruh Kedekatan dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, dan Biaya Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha

Berdasarkan uraian di atas diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Undip Pleburan. Besarnya pengaruh dari ketiga variabel bebas X_1 , X_2 , dan X_3 terhadap kesuksesan usaha (Y) adalah 0,660 atau 66%. Hal ini menunjukkan bahwa kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi memberikan andil yang cukup besar terhadap kesuksesan usaha mikro kecil di sekitar kampus Undip Pleburan. Sedangkan sisanya 44% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Selama periode penelitian menunjukkan bahwa data telah terdistribusi normal. Hal ini dapat terlihat dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas yang menunjukkan bahwa tidak terdapat variabel yang menyimpang dari uji asumsi klasik. Hal ini mengindikasikan bahwa data yang dikumpulkan melalui kuesioner telah memenuhi syarat untuk menggunakan model persamaan regresi berganda.

Penelitian ini mencoba untuk meneliti, apakah Kedekatan dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, dan Biaya Lokasi mempengaruhi pemilihan lokasi terhadap kesuksesan usaha jasa mikro kecil di sekitar kampus Undip Pleburan Semarang. Dengan memperhatikan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda dengan menggunakan Standardized Coefficients, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,219X_1 + 0,217X_2 + 0,488X_3$. Dari persamaan tersebut dapat dilihat bahwa tiap-tiap variabel independen memiliki koefisien regresi dengan tanda positif (+), hal ini berarti setiap kenaikan variabel independen akan diikuti oleh kenaikan variabel dependen, begitu pula

sebaliknya setiap penurunan variabel independen akan diikuti oleh penurunan variabel dependen. Dari persamaan tersebut tampak juga variabel yang memiliki pengaruh paling besar dalam pemilihan lokasi usaha terhadap kesuksesan usaha yakni biaya lokasi dengan nilai beta 0,488. Variabel kedekatan dengan infrastruktur berpengaruh sebesar 0,219 dan yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel lingkungan bisnis yakni sebesar 0,217.

2. Berdasarkan hasil uji t, ketiga variabel independen yakni kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen kesuksesan usaha. Demikian juga dengan hasil uji F, ketiga variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Variabel kedekatan dengan infrastruktur memiliki probabilitas signifikansi 0,025, karena probabilitas signifikansinya kurang dari 5% ($0,025 < 0,05$) maka disimpulkan bahwa variabel kedekatan dengan infrastruktur secara parsial berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Variabel lingkungan bisnis memiliki probabilitas signifikansi 0,010, karena probabilitas signifikansinya kurang dari 5% ($0,010 < 0,05$) maka disimpulkan bahwa variabel lingkungan bisnis secara parsial berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Variabel biaya lokasi memiliki probabilitas signifikansi 0,000, karena probabilitas signifikansinya kurang dari 5% ($0,000 < 0,05$) maka disimpulkan bahwa variabel biaya

lokasi secara parsial berpengaruh terhadap kesuksesan usaha. Dari hasil uji F, didapatkan F_{hitung} sebesar 58,506 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena probabilitas signifikansi tersebut kurang dari 5% ($0,000 < 0,05$) maka dapat dikatakan bahwa variabel kedekatan dengan infrastruktur, lingkungan bisnis, dan biaya lokasi secara bersama-sama berpengaruh secara nyata terhadap variabel Y.

3. Besarnya *Adjusted R²* adalah 0,660 (lihat tabel 4.27), hal ini berarti 66% variasi kesuksesan usaha dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen yakni Kedekatan dengan Infrastruktur, Lingkungan Bisnis, dan Biaya Lokasi. Sedangkan 44% variasi kesuksesan usaha dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Dari ketiga variabel independen yang diajukan dalam penelitian ini, variabel biaya lokasi adalah variabel yang memiliki pengaruh yang paling besar terhadap variabel dependen yakni kesuksesan usaha jasa mikro kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Pemilik Usaha Jasa Mikro Kecil di Sekitar Kampus Undip Pleburan

Berdasarkan hasil penelitian ini, pemilihan lokasi usaha yang memperhatikan variabel *kedekatan dengan infrastruktur, kedekatan dengan*

lingkungan bisnis, dan biaya lokasi terbukti memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kesuksesan usaha jasa berskala mikro kecil yang berada di sekitar kampus Undip Pleburan Semarang.

Variabel biaya lokasi merupakan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kesuksesan usaha diantara dua variabel independen lainnya yakni dengan nilai beta sebesar 0,488 dengan signifikansi 0,000. Sehingga dalam memilih lokasi usahanya sebaiknya seorang pemilik usaha memperhatikan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh lokasi usaha tersebut.

Lokasi usaha yang strategis akan dengan mudah terlihat oleh konsumen, sehingga akan banyak konsumen yang mendatangi usaha tersebut. Meningkatnya jumlah pelanggan akan berakibat pada peningkatan laba bersih usaha. Besarnya investasi awal yang harus dikeluarkan oleh pemilik usaha misalnya harga sewa bangunan dan biaya renovasi bangunan harus menjadi perhatian utama pemilik usaha karena akan mempengaruhi lamanya waktu untuk mencapai titik impas usaha.

Semakin dekat lokasi suatu usaha dengan konsumennya atau semakin ramai lokasi usaha tersebut tentunya memiliki biaya sewa tempat usaha yang mahal. Suatu usaha jasa memfokuskan pada maksimalisasi pendapatan, tentunya akan memilih lokasi usaha yang dekat dengan konsumen atau lokasi usaha yang ramai. Meskipun demikian, pemilik usaha harus memperhatikan besarnya biaya sewa yang harus dikeluarkan karena akan berpengaruh pada investasi awal usaha. Selain itu biaya renovasi juga harus diperhatikan oleh pemilik usaha. Kenyamanan konsumen ketika berada didalam tempat usaha sangat penting. Oleh karenanya, sebaiknya tempat

usaha dibuat senyaman mungkin untuk konsumen. Namun biaya renovasi yang terlalu besar juga akan memberatkan investasi awal usaha yang pada akhirnya akan menghambat pencapaian sukses usaha.

5.2.2 Saran Untuk Penelitian Mendatang

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karenanya penelitian dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi dimasa yang akan datang sebaiknya menambah variabel penelitian serta meneliti objek penelitian yang berbeda.

Daftar Pustaka

- Agus W. Soehadi. 2003. *The Relationship Between Supplier Partnership, Environmental Variables and Firm Performance in Retail Industry*. Gadjah Mada International Journal of Business vol. 5, No. 2, pp. 167-188.
- Alcácer, Juan. 2003. *Location choices across the value chain: How activity and capability influence agglomeration and competition effects*. New York : Stern School of Business New York University.
- Augusty Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Chase, Richard B., F. Robert Jacobs, Nicholas J. Aquilano. *Operations Management for Competitive Advantage*. China : McGraw-Hill Irwin.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. *Statistik Induktif*. Yogyakarta : BPFE.
- Duggal, Niti. 2007. *Retail Location Analysis : A Case Study of Burger King & McDonald's in Portage & Summit Counties*. Ohio
- Fandy Tjiptono. 2007. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Gujarati, Damodar. 2004. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Erlangga.
- Hani Handoko. 2000. *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Yogyakarta : BPFE.
- Harding, H. A. 1978. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Balai Aksara.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2006. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Salemba Empat.
- Imam Ghozali. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- J. Supranto. 2000. *Statistik : Teori dan Aplikasi II Ed.6 jilid 2*. Jakarta : Erlangga.
- Lewison, Dale M. dan M. Wayne DeLozier. 1982. *Retailing Principles and Practices*. Ohio : Charles E. Merrill Publishing Co.
- Lusch, Robert F. dan Patrick M. Dunne. 1990. *Retail Management*. Ohio : South Western Publishing Co.

- Moore, Franklin G. dan Thomas E. Hendrick. 1980. *Production/Operations Management Ed.8*. USA : Richard D. Irwin, Inc.
- Mohamad Nazir. 1983. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Mudrajad Kuncoro. 2003. *Why Manufacturing Industry Persisted to Cluster Spatially in Java*. Gadjah Mada International Journal of Business vol. 5, No. 2, pp. 221-247.
- Nurul Indarti. 2004. *Business Location and Success:The Case of Internet Café Business in Indonesia*. Gadjah Mada International Journal of Business vol. 6, No. 2, pp. 171-192.
- O'Mara, Martha A. 1999. *Strategic Drivers of Location Decisions for Information-Age Companies*. Journal of Real Estate Research vol. 17, No. 3, 1999, pp 365-386. Harvard University, Cambridge, MA 02139.
- Pearson, Jesse. 2007. *A Comparative Business Site-Location Feasibility Analysis using Geographic Information Systems and the Gravity Model. Volume 9, Papers in Resource Analysis*. Saint Mary's University of Minnesota Central Services Press. Winona, MN.
- Purbayu B. Santosa dan Ashari. 2005. *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta : Andi.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Schmenner, Roger W. 1994. *Service Firm Location Decisions:Some Midwestern Evidence*. International Journal of Service Industry Management, Vol. 5 No. 3, 1994, pp. 35-56. © MCB University Press, 0956-4233
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES.
- Sofjan Assauri. 1980. *Manajemen Produksi*. Jakarta : Lembaga Penerbit FEUI.
- Sugiono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV ALFABETA.
- Sukanto dan Indriyo. 1976. *Manajemen Produksi*. Yogyakarta : BPFE.

- Wang, Shinn-Shyr, C. Rojas, dan N. Lavoie. 2010. *Buyer Market Power and Vertically Differentiated Retailers*. University of Massachusetts.
- Watson, Randal dan Dae Yong Ahn. 2009. *The Dynamic Competitive Effects of Walmart's Store Format Choices*. University of Texas.

Lampiran A

Kuesioner

Semarang, Mei 2010

Hal : Permohonan Mengisi Angket Kuesioner.

Bapak / Ibu / Saudara / i Responden yang terhormat,

Saat ini saya sedang menyusun skripsi (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang dengan judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Lokasi Terhadap Kesuksesan Usaha Jasa (Studi Pada Usaha Jasa Berskala Mikro-Kecil Disekitar Kampus Undip Pleburan Semarang)”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kesediaan Bapak / Ibu / Saudara / i untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner yang saya sampaikan ini. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dalam upaya pemilihan lokasi usaha.

Saya sampaikan pula bahwa kerahasiaan identitas Bapak / Ibu / Saudara / i sangat terjamin dalam penelitian ini. Oleh karena itu, besar harapan saya Bapak / Ibu / Saudara / i berkenan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

Atas kesediaan dan kerjasama Anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Azizah Pratiwi
NIM.C2A 006 030

Bagian I. Responden

1. Jenis kelamin
a. Laki-laki
b. Perempuan
2. Etnis
...
3. Usia Anda saat ini
a. 15 – <25 th
b. 25 – <35th
c. 35 – <45 th
d. ≥ 45 th
4. Tingkat Pendidikan
a. SD
b. SMP
c. SMA
d. D III
e. Sarjana
f. Magister
5. Kapan Anda memulai usaha yang bergerak di bidang jasa ini?
a. < 1 th
b. 1 – <4 th
c. 4 – <7 th
d. 7 – <11 th
e. 11 – <16 th
f. ≥ 16 th
6. Apakah Anda pernah membuka usaha lain sebelum memulai usaha ini?
a. Pernah
b. Tidak pernah
7. Berapa jumlah karyawan yang Anda miliki sekarang?
a. Tidak ada
b. 1 – 3 orang
c. 4 – 6 orang
d. ≥ 7 orang

Bagian II. Faktor-Faktor Pemilihan Lokasi

Saat Anda pertama kali memulai usaha jasa ini, bagaimana Anda mempertimbangkan faktor-faktor berikut dalam memilih lokasi usaha? Silakan pilih salah satu nilai dalam 5 skala pengukuran (1 = sangat tidak penting hingga 5 = sangat penting) untuk tiap faktor yang disebutkan berikut.

A. Variabel Kedekatan dengan Infrastruktur

1. Ketersediaan listrik

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

2. Ketersediaan air

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

3. Adanya akses jalan beraspal

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

4. Ketersediaan lahan parkir

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

5. Tingkat keamanan

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

B. Variabel Lingkungan Bisnis

1. Kedekatan dengan bisnis jasa lain

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

2. Kedekatan dengan konsumen

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

3. Kedekatan dengan pesaing

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

4. Kedekatan dengan supplier

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

5. Peralatan/perlengkapan produksi

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

C. Variabel Biaya Lokasi

1. Harga sewa tempat usaha

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....

.....

2. Ada tidaknya biaya renovasi

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....
.....

3. Ada tidaknya insentif yang diberikan oleh pemilik bangunan

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....
.....

4. Tingkat suku bunga

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....
.....

5. Besarnya pajak

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak penting

Sangat penting

Alasan.....
.....

Bagian III. Perkembangan Bisnis Anda

Berikut akan Anda temukan beberapa pertanyaan tentang perkembangan bisnis yang telah Anda jalankan. Silakan nyatakan apakah Anda setuju atau tidak setuju dengan pernyataan berikut. Silakan pilih salah satu nilai dalam 5 skala pengukuran berikut (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju) untuk tiap pernyataan yang disebutkan sebagai berikut.

a. Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari semakin meningkat

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

Alasan.....
.....

- b. Tingkat pertumbuhan laba bersih usaha jasa saya semakin meningkat tiap bulannya

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

Alasan.....
.....

- c. Saya puas dengan waktu yang dibutuhkan untuk mencapai titik impas usaha (break-even point)

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

Alasan.....
.....

- d. Usaha jasa saya memiliki RoI yang tinggi

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

Alasan.....
.....

- e. Usaha jasa saya telah mencapai *real profit*

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Sangat tidak setuju

Sangat setuju

Alasan.....
.....

- TERIMA KASIH -

Lampiran B
IDENTITAS RESPONDEN

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Usaha

No.	Jenis usaha								
	War net	Foto copy	Salon	Beng kel	Cuci motor	Jasa persewaan	War tel	Laundry	Counter
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	1	0	0	0
3	1	0	0	0	0	0	0	0	0
4	1	0	0	0	0	0	0	0	0
5	0	1	0	0	0	0	0	0	0
6	0	1	0	0	0	0	0	0	0
7	0	1	0	0	0	0	0	0	0
8	0	1	0	0	0	0	0	0	0
9	0	0	0	1	0	0	0	0	0
10	1	0	0	0	0	0	0	0	0
11	1	0	0	0	0	0	0	0	0
12	0	0	0	0	0	1	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0	1	0
14	0	0	0	0	0	0	0	0	1
15	0	1	0	0	0	0	0	0	0
16	0	0	0	0	0	1	0	0	0
17	0	1	0	0	0	0	0	0	0
18	0	0	1	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	0	0	1
20	0	0	0	0	0	1	0	0	0
21	0	0	0	0	0	1	0	0	0
22	0	0	0	0	0	1	0	0	0
23	0	1	0	0	0	0	0	0	0
24	0	1	0	0	0	0	0	0	0
25	0	1	0	0	0	0	0	0	0
26	0	1	0	0	0	0	0	0	0
27	0	1	0	0	0	0	0	0	0
28	0	1	0	0	0	0	0	0	0
29	0	1	0	0	0	0	0	0	0
30	0	1	0	0	0	0	0	0	0
31	0	1	0	0	0	0	0	0	0
32	0	0	0	0	0	1	0	0	0
33	0	1	0	0	0	0	0	0	0
34	0	1	0	0	0	0	0	0	0

73	0	0	0	0	0	0	0	0	1
74	0	0	0	0	0	0	0	0	1
75	0	0	0	0	0	0	0	0	1
76	0	0	0	0	0	0	0	0	1
77	0	0	0	0	0	0	0	0	1
78	0	0	0	0	0	0	0	0	1
79	0	0	0	0	0	0	0	0	1
80	0	0	0	0	0	0	0	0	1
81	0	0	0	0	0	0	0	1	0
82	0	0	0	0	0	0	0	1	0
83	0	0	0	0	1	0	0	0	0
84	0	0	0	0	1	0	0	0	0
85	0	0	0	0	0	0	1	0	0
86	0	0	0	0	0	0	1	0	0
87	0	0	0	0	0	0	1	0	0
88	0	0	0	0	0	0	1	0	0
89	0	0	0	0	0	0	1	0	0
90	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Total	5	32	8	5	2	11	6	5	16

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Etnis, dan Usia

No.	Jenis Kelamin		Etnis				Usia			
	Laki-laki	Perempuan	Jawa	Cina	Sunda	Lain-lain	15-<25th	25-<35th	35-<45th	≥45
1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
3	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
4	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
5	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1
6	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
7	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
8	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
9	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
10	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0
11	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
12	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
13	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
14	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
15	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
16	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
17	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
18	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
19	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
20	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
21	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
22	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
23	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
24	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
25	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0
26	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
27	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
28	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
29	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
30	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
31	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
32	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
33	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1

34	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
35	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
36	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
37	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
38	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
39	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
40	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
41	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
42	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1
43	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
44	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
45	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
46	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
47	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
48	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0
49	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
50	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1
51	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
52	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
53	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0
54	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
55	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
56	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0
57	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
58	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0
59	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0
60	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
61	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0
62	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
63	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0
64	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0
65	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
66	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
67	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
68	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
69	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
70	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
71	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1

72	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
73	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
74	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
75	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
76	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
77	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1
78	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
79	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0
80	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
81	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
82	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
83	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0
84	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0
85	1	0	1	0	0	0	0	0	1	0
86	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
87	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1
88	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1
89	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
90	1	0	0	0	0	1	0	1	0	0
Total	67	23	48	15	11	16	17	23	20	30

Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan dan Lamanya Usaha Berdiri

No.	Pendidikan						Lamanya usaha berdiri						
	S D	S M P	S M A	D III	Sarjana	Magister	< 1 th	1-<4 th	4-<7 th	7-<11 th	11-<16 th	≥ 16 th	
1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
2	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
3	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
4	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
5	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
6	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
7	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	
8	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
9	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
10	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
11	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	
12	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
13	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	
14	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
15	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
16	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
17	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
18	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
19	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
20	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
21	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	
22	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
23	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
24	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	
25	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	
26	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	
27	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
28	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
29	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	
30	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	
31	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
32	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	
33	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	

34	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
35	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
36	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0
37	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0
38	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
39	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
40	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
41	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
42	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
43	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
44	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
45	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
46	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
47	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
48	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
49	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
50	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
51	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
52	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
53	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
54	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
55	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
56	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
57	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
58	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
59	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
60	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
61	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
62	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
63	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
64	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
65	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
66	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
67	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
68	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
69	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
70	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0
71	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0

72	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
73	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
74	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
75	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
76	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
77	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
78	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0
79	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
80	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0
81	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
82	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
83	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
84	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
85	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0
86	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0
87	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
88	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
89	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
90	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Total	3	4	47	4	28	5	11	18	21	22	8	10

Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan Sebelumnya dan Jumlah Pegawai

No.	Pernah membuka usaha lain		Jumlah pegawai			
	Pernah	Tdk pernah	Tdk ada	1-<4 org	4-<7 org	≥ 7 org
1	1	0	0	0	1	0
2	1	0	0	0	1	0
3	1	0	0	0	1	0
4	1	0	0	0	1	0
5	0	1	1	0	0	0
6	1	0	0	0	1	0
7	0	1	0	1	0	0
8	0	1	1	0	0	0
9	1	0	1	0	0	0
10	1	0	0	0	1	0
11	1	0	0	0	1	0
12	1	0	0	0	1	0
13	0	1	1	0	0	0
14	0	1	1	0	0	0
15	0	1	0	0	1	0
16	0	1	0	0	1	0
17	0	1	0	1	0	0
18	0	1	0	1	0	0
19	1	0	0	1	0	0
20	1	0	0	1	0	0
21	1	0	0	0	1	0
22	1	0	0	0	1	0
23	0	1	1	0	0	0
24	1	0	0	0	1	0
25	1	0	0	0	1	0
26	0	1	0	0	1	0
27	0	1	0	0	1	0
28	1	0	0	0	1	0
29	0	1	0	0	1	0
30	0	1	0	1	1	1
31	1	0	0	0	1	0
32	1	0	0	0	1	0

33	1	0	0	0	1	0
34	1	0	0	0	1	0
35	0	1	1	0	0	0
36	1	0	0	0	1	0
37	0	1	0	1	0	0
38	0	1	1	0	0	0
39	1	0	1	0	0	0
40	1	0	0	0	1	0
41	1	0	0	0	1	0
42	1	0	0	0	1	0
43	0	1	1	0	0	0
44	0	1	1	0	0	0
45	0	1	0	0	1	0
46	0	1	0	0	1	0
47	0	1	0	1	0	0
48	0	1	0	1	0	0
49	1	0	0	1	0	0
50	1	0	0	1	0	0
51	1	0	0	0	1	0
52	1	0	0	0	1	0
53	0	1	1	0	0	0
54	0	1	1	0	0	0
55	1	0	0	0	1	0
56	0	1	0	0	1	0
57	0	1	0	0	1	0
58	1	0	0	0	1	0
59	0	1	0	0	1	0
60	1	0	0	0	1	0
61	1	0	0	0	1	0
62	1	0	0	0	1	0
63	1	0	0	0	1	0
64	0	1	1	0	0	0
65	1	0	0	0	1	0
66	0	1	0	1	0	0
67	0	1	1	0	0	0
68	1	0	1	0	0	0
69	1	0	1	0	0	0
70	1	0	0	0	1	0

71	1	0	0	0	1	0
72	0	1	1	0	0	0
73	0	1	1	0	0	0
74	0	1	0	0	1	0
75	0	1	0	0	1	0
76	0	1	0	1	0	0
77	0	1	0	1	0	0
78	1	0	0	1	0	0
79	1	0	1	0	0	0
80	1	0	0	0	1	0
81	1	0	0	0	1	0
82	0	1	1	0	0	0
83	1	0	0	1	0	0
84	1	0	0	1	0	0
85	1	0	0	1	0	0
86	1	0	0	1	0	0
87	1	0	0	1	0	0
88	1	0	0	1	0	0
89	0	1	0	1	0	0
90	0	1	0	1	0	0
Total	50	40	21	23	47	1

Lampiran C

Tabel Induk Penelitian

No.	X1					TOT	X2					TOT	X3					TOT	Y1					TOT
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	
1	5	4	3	5	5	22	4	5	4	4	3	20	3	3	4	3	4	17	5	5	2	5	4	21
2	5	4	3	5	5	22	5	5	3	3	5	21	4	3	4	3	3	17	5	5	2	5	4	21
3	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	4	20	5	4	3	3	3	18	5	4	4	3	5	21
4	4	5	5	5	4	23	5	5	3	5	5	23	4	4	3	3	3	17	5	4	4	3	5	21
5	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	4	21	4	3	3	3	3	16	4	3	4	3	3	17
6	5	3	4	3	3	18	3	5	4	3	3	18	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	3	17
7	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18	3	3	2	2	3	13	4	3	3	2	2	14
8	5	5	5	4	4	23	4	4	3	4	3	18	3	5	5	5	3	21	4	4	3	4	3	18
9	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	3	18	3	4	2	2	4	15	3	3	3	3	4	16
10	4	4	4	4	4	20	3	4	3	4	2	16	3	3	4	3	5	18	4	3	5	5	5	22
11	3	3	3	2	3	14	4	4	3	3	3	17	4	3	3	2	2	14	3	4	3	2	3	15
12	4	5	4	4	3	20	4	4	3	4	3	18	3	4	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17
13	4	4	3	3	3	17	4	4	3	4	3	18	3	3	3	2	3	14	4	3	3	2	3	15
14	4	4	4	4	4	20	4	5	3	4	4	20	4	3	4	3	3	17	5	5	2	2	3	17
15	5	4	5	3	5	22	4	3	3	4	3	17	4	3	3	3	4	17	4	4	3	4	3	18
16	4	4	4	5	4	21	4	4	4	3	3	18	4	3	3	3	4	17	4	4	3	4	3	18
17	5	3	5	2	5	20	4	4	4	4	3	19	5	5	4	3	3	20	5	5	3	3	3	19
18	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19	5	4	5	3	3	20	5	5	3	3	3	19
19	4	4	3	3	4	18	3	3	3	4	4	17	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	4	18
20	5	5	4	5	4	23	4	5	4	5	3	21	4	4	3	3	5	19	4	4	5	3	5	21
21	5	3	5	5	5	23	4	5	4	5	3	21	5	5	5	4	4	23	5	5	5	3	5	23
22	3	4	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	5	4	3	3	3	18	5	5	2	4	2	18
23	4	3	2	3	3	15	3	4	3	4	3	17	2	3	3	2	3	13	3	3	3	2	4	15

No.	X1					TOT	X2					TOT	X3					TOT	Y1					TOT
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	
24	3	3	3	4	2	15	4	4	3	4	4	19	5	4	3	3	4	19	3	4	4	4	3	18
25	5	3	4	4	4	20	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	3	17
26	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	3	17	5	5	3	3	5	21	4	4	3	3	3	17
27	3	4	2	3	3	15	4	4	3	4	3	18	3	3	2	2	3	13	4	4	3	2	2	15
28	5	5	3	4	4	21	3	5	3	3	4	18	5	4	3	3	3	18	5	5	2	4	2	18
29	5	3	5	5	5	23	5	5	3	5	5	23	4	5	3	4	5	21	3	5	5	3	5	21
30	5	4	4	5	5	23	4	5	3	3	5	20	5	5	2	4	4	20	4	5	5	4	5	23
31	4	5	4	5	3	21	5	5	4	5	3	22	4	4	4	3	3	18	5	5	5	3	3	21
32	5	5	5	3	4	22	4	5	5	4	4	22	4	4	3	3	3	17	5	5	3	3	4	20
33	4	5	4	5	3	21	5	5	5	3	4	22	3	4	4	3	3	17	5	5	4	3	4	21
34	5	5	3	4	5	22	5	5	3	4	4	21	4	4	4	3	3	18	5	4	3	4	5	21
35	3	4	3	4	3	17	5	4	4	4	3	20	4	4	3	3	3	17	4	4	4	3	3	18
36	4	5	3	3	3	18	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	3	16
37	3	3	3	4	4	17	3	4	3	2	2	14	3	3	3	2	2	13	3	4	3	2	3	15
38	5	5	5	4	3	22	3	4	5	5	3	20	4	4	3	3	4	18	4	4	3	3	4	18
39	3	4	3	2	4	16	3	4	3	2	2	14	4	4	3	2	2	15	4	3	3	2	2	14
40	3	4	5	3	4	19	3	4	4	3	3	17	3	4	5	3	3	18	5	5	5	3	4	22
41	5	4	4	5	4	22	3	4	3	4	3	17	3	3	4	3	4	17	3	3	3	4	4	17
42	4	4	4	4	3	19	4	5	3	3	3	18	4	3	3	4	3	17	4	3	4	3	3	17
43	4	4	3	2	2	15	3	4	3	2	1	13	3	3	3	2	2	13	3	3	3	2	3	14
44	3	3	4	4	3	17	3	4	4	4	5	20	4	3	5	3	3	18	5	4	3	2	3	17
45	5	5	3	4	5	22	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	4	18
46	5	5	5	4	3	22	4	4	3	3	5	19	4	4	3	3	3	17	5	3	3	3	4	18

No.	X1					TOT	X2					TOT	X3					TOT	Y1					TOT
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	
47	5	4	3	3	4	19	3	4	3	4	4	18	3	3	4	5	5	20	3	5	5	3	3	19
48	5	4	4	3	5	21	4	4	5	5	4	22	5	3	4	3	5	20	5	4	4	3	3	19
49	3	4	4	3	4	18	4	4	4	3	4	19	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	4	18
50	5	5	4	4	4	22	3	5	5	3	3	19	3	4	5	3	4	19	4	3	5	4	5	21
51	5	3	4	5	5	22	5	4	3	5	4	21	4	5	4	3	5	21	5	4	5	3	5	22
52	4	5	3	5	5	22	4	4	3	4	4	19	3	4	5	3	3	18	5	4	3	4	3	19
53	3	4	3	2	2	14	3	3	3	3	2	14	3	3	2	2	3	13	4	3	2	2	3	14
54	4	4	3	5	5	21	4	4	4	5	5	22	3	3	4	5	4	19	4	4	4	3	4	19
55	4	4	3	4	5	20	5	5	3	3	4	20	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	3	17
56	5	4	5	3	5	22	4	5	5	4	4	22	5	5	5	3	3	21	4	3	4	4	4	19
57	3	3	3	2	2	13	3	3	2	3	2	13	3	3	3	2	2	13	4	3	3	2	3	15
58	3	4	5	4	5	21	4	4	4	4	3	19	4	5	3	3	3	18	5	4	3	4	2	18
59	3	5	5	5	4	22	5	3	5	4	5	22	5	4	5	3	4	21	5	5	3	3	5	21
60	5	4	3	5	5	22	4	5	4	5	5	23	3	3	4	3	4	17	5	5	2	5	4	21
61	4	5	5	4	5	23	4	4	3	3	3	17	5	4	3	3	3	18	5	4	4	3	5	21
62	5	3	5	4	5	22	4	5	3	4	4	20	4	3	3	3	3	16	4	4	3	3	3	17
63	3	3	2	2	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	2	2	3	13	4	4	3	2	2	15
64	3	4	4	3	4	18	3	4	3	2	4	16	3	4	2	2	4	15	3	3	2	2	4	14
65	3	3	2	2	3	13	4	4	3	3	3	17	4	3	3	2	2	14	3	4	3	2	3	15
66	5	3	5	5	5	23	3	4	3	3	5	18	3	4	4	3	3	17	4	3	4	3	3	17
67	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15	3	2	2	2	3	12	4	3	2	2	3	14
68	5	5	5	5	5	25	5	4	4	3	5	21	4	3	4	3	3	17	5	5	3	2	3	18
69	5	4	5	3	5	22	3	4	3	3	3	16	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	3	16

No.	X1					TOT	X2					TOT	X3					TOT	Y1					TOT
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5		Q6	Q7	Q8	Q9	Q10		Q11	Q12	Q13	Q14	Q15		Q16	Q17	Q18	Q19	Q20	
70	5	3	5	5	5	23	3	5	3	5	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	5	23
71	5	5	3	5	5	23	3	4	3	3	4	17	5	4	3	3	3	18	5	5	2	4	2	18
72	3	3	2	3	3	14	3	4	4	4	3	18	2	3	3	2	3	13	3	3	3	2	4	15
73	5	3	3	5	5	21	4	5	5	5	3	22	5	4	3	3	4	19	3	4	4	4	3	18
74	5	3	4	4	4	20	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	4	3	3	2	2	14
75	4	5	3	3	3	18	3	4	4	3	3	17	3	4	4	3	3	17	4	3	3	2	3	15
76	3	3	3	2	2	13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	3	13
77	5	5	5	4	3	22	3	4	5	5	3	20	4	4	3	3	4	18	3	4	3	3	4	17
78	3	4	3	2	4	16	3	3	4	4	3	17	4	4	3	2	2	15	4	3	3	2	2	14
79	3	4	5	3	4	19	3	4	3	3	3	16	3	4	5	3	3	18	5	5	5	3	4	22
80	5	5	5	4	3	22	4	3	4	3	4	18	4	4	3	3	3	17	5	3	3	3	4	18
81	5	4	4	3	4	20	3	4	4	4	4	19	3	3	4	5	5	20	3	5	5	3	3	19
82	5	4	4	3	5	21	4	4	5	5	5	23	5	3	4	3	5	20	5	4	4	3	3	19
83	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	4	19	3	3	4	3	4	17	4	4	3	3	4	18
84	5	5	4	4	4	22	3	5	5	3	3	19	3	4	5	3	4	19	4	3	5	4	5	21
85	5	3	4	5	5	22	4	4	4	4	3	19	4	5	4	5	5	23	5	4	5	3	5	22
86	3	4	3	2	2	14	3	3	3	3	2	14	3	3	2	2	3	13	4	3	3	3	3	16
87	4	4	3	4	5	20	3	3	3	4	3	16	3	3	4	3	4	17	3	4	3	3	3	16
88	3	3	3	2	2	13	3	3	2	3	2	13	3	3	3	2	2	13	3	2	3	2	3	13
89	3	5	5	5	5	23	4	4	3	4	3	18	5	4	5	3	4	21	5	5	3	3	5	21
90	5	4	5	3	4	21	4	5	3	3	2	17	4	3	3	3	4	17	3	3	3	4	3	16

Lampiran D
UJI VALIDITAS
DAN RELIABILITAS

Uji Validitas Variabel
KEDEKATAN DENGAN INFRASTRUKTUR
Correlations

		Keterse diaan listrik	Keterse diaan air	Adanya akses jalan beraspal	Ketersedi aan lahan parkir	Tingkat keamana n	Kedekata n dengan infrastrukt ur
Ketersediaan listrik	Pearson Correlation	1	,195	,378(**)	,456(**)	,526(**)	,739(**)
	Sig. (2-tailed)		,065	,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Ketersediaan air	Pearson Correlation	,195	1	,239(*)	,286(**)	,111	,488(**)
	Sig. (2-tailed)	,065		,023	,006	,298	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Adanya akses jalan beraspal	Pearson Correlation	,378(**)	,239(*)	1	,329(**)	,355(**)	,666(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,023		,002	,001	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Ketersediaan lahan parkir	Pearson Correlation	,456(**)	,286(**)	,329(**)	1	,541(**)	,782(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,002		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Tingkat keamanan	Pearson Correlation	,526(**)	,111	,355(**)	,541(**)	1	,759(**)
	Sig. (2-tailed)	,000	,298	,001	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90
Kedekatan dengan infrastruktur	Pearson Correlation	,739(**)	,488(**)	,666(**)	,782(**)	,759(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel
LINGKUNGAN BISNIS
Correlations

		Kedekat an dengan bisnis jasa lain	Kedekat an dengan konsum en	Kedekat an dengan pesaing	Kedekat an dengan supplier	Peralatan /perlengk apan produksi	Lingkungan bisnis
Kedekatan dengan bisnis jasa lain	Pearson Correlation	1	,371(**)	,173	,322(**)	,419(**)	,678(**)
	Sig. (2- tailed)		,000	,103	,002	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Kedekatan dengan konsumen	Pearson Correlation	,371(**)	1	,248(*)	,173	,291(**)	,611(**)
	Sig. (2- tailed)	,000		,018	,103	,005	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Kedekatan dengan pesaing	Pearson Correlation	,173	,248(*)	1	,328(**)	,195	,586(**)
	Sig. (2- tailed)	,103	,018		,002	,066	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Kedekatan dengan supplier	Pearson Correlation	,322(**)	,173	,328(**)	1	,345(**)	,677(**)
	Sig. (2- tailed)	,002	,103	,002		,001	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Peralatan/perlengk apan produksi	Pearson Correlation	,419(**)	,291(**)	,195	,345(**)	1	,718(**)
	Sig. (2- tailed)	,000	,005	,066	,001		,000
	N	90	90	90	90	90	90
Lingkungan bisnis	Pearson Correlation	,678(**)	,611(**)	,586(**)	,677(**)	,718(**)	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel
BIAYA LOKASI
Correlations

		Harga sewa tempat usaha	Ada tidaknya biaya renovasi	Ada tidaknya insentif dari pemilik bangunan	Tingkat suku bunga	Besarnya pajak	Biaya lokasi
Harga sewa tempat usaha	Pearson Correlation	1	,455(**)	,074	,250(*)	,182	,583(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,491	,017	,087	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Ada tidaknya biaya renovasi	Pearson Correlation	,455(**)	1	,270(**)	,378(**)	,164	,660(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,010	,000	,123	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Ada tidaknya insentif dari pemilik bangunan	Pearson Correlation	,074	,270(**)	1	,477(**)	,216(*)	,631(**)
	Sig. (2-tailed)	,491	,010		,000	,041	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Tingkat suku bunga	Pearson Correlation	,250(*)	,378(**)	,477(**)	1	,564(**)	,800(**)
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Besarnya pajak	Pearson Correlation	,182	,164	,216(*)	,564(**)	1	,651(**)
	Sig. (2-tailed)	,087	,123	,041	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90
Biaya lokasi	Pearson Correlation	,583(**)	,660(**)	,631(**)	,800(**)	,651(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Variabel
KESUKSESAN USAHA
Correlations

		Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari meningkat	Tingkat pertumbuhan laba bersih/bulan meningkat	Kecepatan mencapai Break Even Point	Return On Investment usaha yang tinggi	Pencapaian real profit	Kesuksesan usaha
Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari meningkat	Pearson Correlation	1	,502(**)	,022	,235(*)	,182	,587(**)
	Sig. (2-tailed)		,000	,835	,026	,087	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Tingkat pertumbuhan laba bersih/bulan meningkat	Pearson Correlation	,502(**)	1	,122	,299(**)	,164	,647(**)
	Sig. (2-tailed)	,000		,253	,004	,122	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Kecepatan mencapai Break Even Point	Pearson Correlation	,022	,122	1	,107	,478(**)	,587(**)
	Sig. (2-tailed)	,835	,253		,314	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Return On Investment usaha yang tinggi	Pearson Correlation	,235(*)	,299(**)	,107	1	,269(*)	,598(**)
	Sig. (2-tailed)	,026	,004	,314		,010	,000
	N	90	90	90	90	90	90
Pencapaian real profit	Pearson Correlation	,182	,164	,478(**)	,269(*)	1	,700(**)
	Sig. (2-tailed)	,087	,122	,000	,010		,000
	N	90	90	90	90	90	90
Kesuksesan usaha	Pearson Correlation	,587(**)	,647(**)	,587(**)	,598(**)	,700(**)	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability X1 (Kedekatan dengan Infrastruktur)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,729	,722	5

Inter-Item Correlation Matrix

	Ketersediaan listrik	Ketersediaan air	Adanya akses jalan beraspal	Ketersediaan lahan parkir	Tingkat keamanan
Ketersediaan listrik	1,000	,195	,378	,456	,526
Ketersediaan air	,195	1,000	,239	,286	,111
Adanya akses jalan beraspal	,378	,239	1,000	,329	,355
Ketersediaan lahan parkir	,456	,286	,329	1,000	,541
Tingkat keamanan	,526	,111	,355	,541	1,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ketersediaan listrik	15,43	6,540	,571	,351	,653
Ketersediaan air	15,57	8,001	,275	,118	,751
Adanya akses jalan beraspal	15,77	6,788	,452	,210	,697
Ketersediaan lahan parkir	15,88	5,771	,589	,377	,640
Tingkat keamanan	15,67	6,067	,567	,410	,650

Reliability X2 (Lingkungan Bisnis)
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,665	,667	5

Inter-Item Correlation Matrix

	Kedekatan dengan bisnis jasa lain	Kedekatan dengan konsumen	Kedekatan dengan pesaing	Kedekatan dengan supplier	Peralatan/perengkapan produksi
Kedekatan dengan bisnis jasa lain	1,000	,371	,173	,322	,419
Kedekatan dengan konsumen	,371	1,000	,248	,173	,291
Kedekatan dengan pesaing	,173	,248	1,000	,328	,195
Kedekatan dengan supplier	,322	,173	,328	1,000	,345
Peralatan/perengkapan produksi	,419	,291	,195	,345	1,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kedekatan dengan bisnis jasa lain	14,71	4,388	,484	,272	,588
Kedekatan dengan konsumen	14,36	4,591	,388	,189	,627
Kedekatan dengan pesaing	14,87	4,611	,338	,147	,648
Kedekatan dengan supplier	14,72	4,158	,434	,219	,606
Peralatan/perengkapan produksi	14,99	3,831	,462	,243	,593

Reliability X3 (Biaya Lokasi) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,676	,685	5

Inter-Item Correlation Matrix

	Harga sewa tempat usaha	Ada tidaknya biaya renovasi	Ada tidaknya insentif dari pemilik bangunan	Tingkat suku bunga	Besarnya pajak
Harga sewa tempat usaha	1,000	,455	,074	,250	,182
Ada tidaknya biaya renovasi	,455	1,000	,270	,378	,164
Ada tidaknya insentif dari pemilik bangunan	,074	,270	1,000	,477	,216
Tingkat suku bunga	,250	,378	,477	1,000	,564
Besarnya pajak	,182	,164	,216	,564	1,000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga sewa tempat usaha	13,51	5,017	,322	,228	,672
Ada tidaknya biaya renovasi	13,63	4,864	,458	,301	,615
Ada tidaknya insentif dari pemilik bangunan	13,79	4,708	,360	,249	,660
Tingkat suku bunga	14,31	4,284	,653	,496	,528
Besarnya pajak	13,82	4,665	,399	,328	,640

Reliability Y (Kesuksesan Usaha) Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,608	,610	5

Inter-Item Correlation Matrix

	Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari meningkat	Tingkat pertumbuhan laba bersih/bulan meningkat	Kecepatan mencapai Break Even Point	Return On Investment usaha yang tinggi	Pencapaian real profit
Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari meningkat	1,000	,502	,022	,235	,182
Tingkat pertumbuhan laba bersih/bulan meningkat	,502	1,000	,122	,299	,164
Kecepatan mencapai Break Even Point	,022	,122	1,000	,107	,478
Return On Investment usaha yang tinggi	,235	,299	,107	1,000	,269
Pencapaian real profit	,182	,164	,478	,269	1,000

Item-Total Statistics

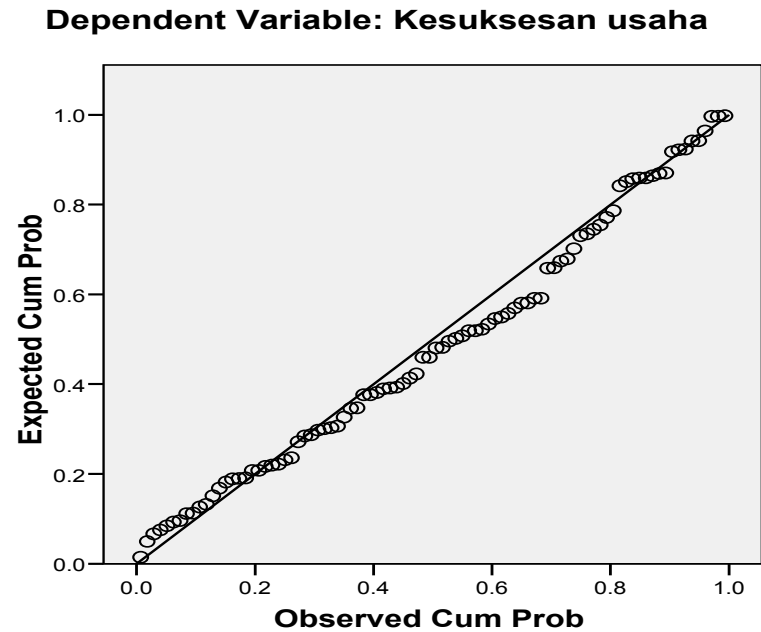
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tingkat kedatangan rata-rata pelanggan/hari meningkat	13,80	5,083	,347	,275	,562
Tingkat pertumbuhan laba bersih/bulan meningkat	14,04	4,740	,403	,295	,533
Kecepatan mencapai Break Even Point	14,54	4,880	,289	,241	,594
Return On Investment usaha yang tinggi	14,90	4,967	,342	,146	,564
Pencapaian real profit	14,44	4,317	,440	,292	,509

Lampiran E

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residu



2. Uji Multikolinearitas

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,724	1,290		1,337	,185		
	Kedekatan dengan infrastruktur	,184	,081	,219	2,276	,025	,414	2,417
	Lingkungan bisnis	,227	,087	,217	2,617	,010	,557	1,795
	Biaya lokasi	,489	,092	,488	5,326	,000	,456	2,193

a. Dependent Variable: Kesuksesan usaha

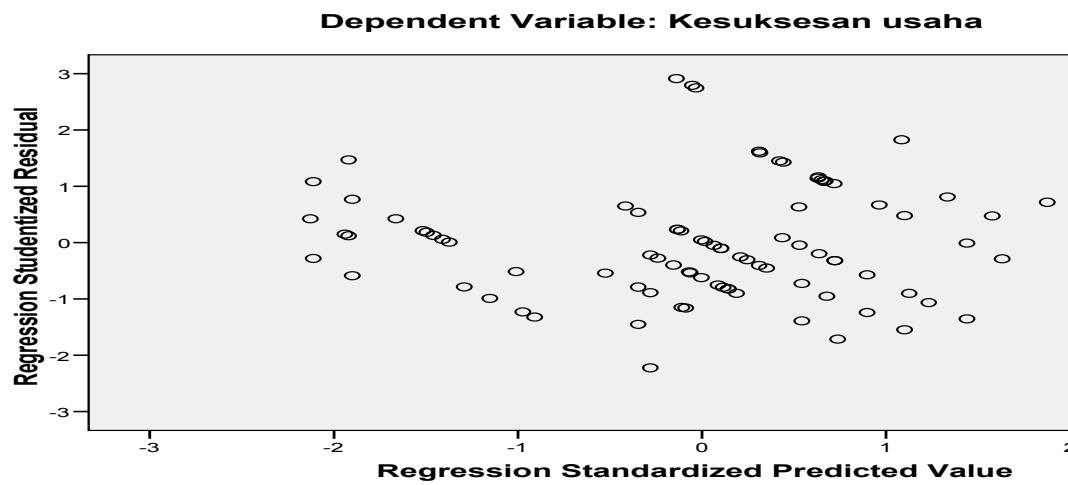
Coefficient Correlations(a)

Model			Biaya lokasi	Lingkungan bisnis	Kedekatan dengan infrastruktur
1	Correlations	Biaya lokasi	1,000	-,244	-,549
		Lingkungan bisnis	-,244	1,000	-,383
		Kedekatan dengan infrastruktur	-,549	-,383	1,000
	Covariances	Biaya lokasi	,008	-,002	-,004
		Lingkungan bisnis	-,002	,008	-,003
		Kedekatan dengan infrastruktur	-,004	-,003	,007

a. Dependent Variable: Kesuksesan usaha

3. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran F
Analisis Regresi Berganda,
Uji t, Uji F, dan
Koefisien Determinasi

1. Uji t

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	1,724	1,290		1,337	,185
	Kedekatan dengan infrastruktur	,184	,081	,219	2,276	,025
	Lingkungan bisnis	,227	,087	,217	2,617	,010
	Biaya lokasi	,489	,092	,488	5,326	,000

a Dependent Variable: Kesuksesan usaha

2. Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407,791	3	135,930	58,506	,000(a)
	Residual	199,809	86	2,323		
	Total	607,600	89			

a Predictors: (Constant), Biaya lokasi, Lingkungan bisnis, Kedekatan dengan infrastruktur

b Dependent Variable: Kesuksesan usaha

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819(a)	,671	,660	1,524

a Predictors: (Constant), Biaya lokasi, Lingkungan bisnis, Kedekatan dengan infrastruktur